

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

САВИНА Софья Сергеевна

Эмоциональная публицистика России и Украины в период 2013-2016 годов

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
старший преподаватель И. С. Тимченко
Кафедра международной журналистики
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург

2016

Содержание

Содержание	2
Введение	3
Глава 1. Эмоциональная публицистика: определение термина, своеобразие и инструментарий	7
§1. Эмоциональная публицистика как жанровая разновидность журналистских текстов	7
§2. Роль эмоциональной публицистики в информационной войне	14
§3. Приемы, механизмы и средства воздействия на аудиторию в текстах эмоциональной публицистики	20
Глава 2. Анализ журналистских текстов в российских и украинских СМИ на предмет употребления приемов эмоционального воздействия на аудиторию...	33
§1. Эмоциональная публицистика России. Материалы журнала «Русский репортер»	33
§2. Эмоциональная публицистика Украины. Материалы журнала «Фокус»..	52
§3. Сравнительный анализ эмоциональной публицистики в журналах «Русский репортер» и «Фокус»	63
Заключение	68
Список литературы	71

Введение

Начиная с осени 2013 года весь мир потрясли события в Украине. Евромайдан, вооруженный конфликт на востоке Украины, последующие события — все это поставило вопрос о роли журналистики в периоды кризисных ситуаций. Как должен вести себя журналист, освещающий Украинский вопрос и другие острые темы?

Некоторые специалисты отмечают отсутствие в этот период надежных источников информации. «Все стороны, участвующие в этом конфликте, ведут информационную войну в чистом виде. Журналисты, работающие "на стороне" Майдана или наоборот, — это не журналисты, а пропагандисты»¹, — утверждает признанный знаток украинской истории и современности Алексей Миллер.

Безусловно, с началом новой мировой информационной войны, развернувшейся в связи с так называемым Украинским вопросом, манипулирование СМИ сознанием аудитории стало масштабным явлением. При этом особо действенным средством в информационном противоборстве, которое обостряется с возникновением в обществе кризисных ситуаций, является обращение журналистов к приемам эмоционального воздействия на читателя. Именно тексты так называемой эмоциональной публицистики играют важную роль в формировании и изменении установок аудитории. Однако одни и те же приемы в текстах эмоциональной публицистики могут служить различным целям. Если одни журналисты нацелены на создание посредством давления на читательские эмоции образа врага, то другие демонстрируют образец достойного профессионального поведения. Так, например, Марина Ахмедова, корреспондент журнала «Русский репортер», специализируется на Украинском вопросе и работает в жанрах эмоциональной публицистики, отстаивая человеческие ценности: *«Я много ездила по малым городам, и я*

¹ Андрей Липский Россия и Украина. Момент истины // Новая газета 2014. 16 апреля // <http://www.novayagazeta.ru/politics/63205.html>

встречала разных людей, но я всегда считала, что своими текстами надо давать надежду, а она заключается в том, что на свете живет много добрых, хороших людей. И другие люди должны узнавать о них (с нашей журналистской помощью), и, таким образом, крепнуть в убеждении — вместе можно решить проблемы. Их можно решить потому, что хороших людей все же больше, чем плохих»¹.

В этой связи особо **актуальным** сегодня представляется изучение приемов и средств для реализации эмотивного метода манипуляции в журналистских текстах, ведь при правильном их использовании в подобных ситуациях журналисты смогут влиять на общественное сознание в позитивном ключе: снижать градус ненависти, выступать миротворцами.

Цель работы состоит в том, чтобы выявить специфику употребления приемов и средств эмоционального воздействия на читателей в жанрах эмоциональной публицистики в условиях информационной войны. Для достижения этой цели поставлены следующие **задачи**:

- определить терминологический аппарат исследования: описать основные теории журналистских жанров и особенности типологии, в которой выделяется такая группа жанров как эмоциональная публицистика; дать определение информационной войне; выработать определения для описания Украинского вопроса;
- выявить особенности жанров эмоциональной публицистики;
- определить перечень приемов эмоционального воздействия в эмоциональной публицистике;
- обозначить средства для реализации приемов эмоционального воздействия;
- проанализировать употребление выявленных приемов и средств в эмоциональной публицистике российского и украинского СМИ;

¹ Facebook Марина Ахмедова // https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1004610076242034&id=100000791527440

— сравнить употребление приемов эмоциональной публицистики в украинском и российском СМИ.

Объектом исследования является эмоциональная публицистика. **Предмет** исследования – приемы и средства эмоционального воздействия в жанрах эмоциональной публицистики России и Украины в период 2013-2016 годов.

Именно поэтому **хронологические рамки исследования** – с ноября 2013 года до весны 2016 года, которые охватывают период зарождения и развития кризисной ситуации в Украине.

Теоретическая база работы основана на трудах российских исследователей журналистских жанров (А. А. Тертычного, Д. В. Туманова, Л. В. Шибяевой, С. Г. Корконосенко, Л. Е. Кройчик, М. Н. Ким, А. В. Колесниченко), а также на российской и зарубежной литературе по психологии массового сознания и психологии журналистики (Р. Уайта, Д. Зиллмана, Г. С. Мельник и др.) и работах, посвященных стилистике медиатекста (М. Н. Кожиной).

Методологическую базу исследования составляют общенаучные методы (анализ, дедукция, сравнение, обобщение, синтез) и эмпирические (аналогия, содержательный контент-анализ, методы лингвостилистического анализа: компонентный анализ, контекстуальный анализ, ассоциативно-концептуальный анализ текста).

Эмпирической базой ВКР выступают электронные версии российских и украинских журналов за период 2013-2016 годов. Эмоциональная публицистика России в данном исследовании представлена текстами журнала «Русский репортер», Украины – журнала «Фокус». Выбор источников обусловлен тем, что оба журнала являются образцами качественных изданий, размещающих на своих страницах эмоциональную публицистику. Кроме этого, оба издания имеют однотипную аудиторию: это «люди с активной жизненной позицией», «лидеры мнений», состоятельные люди 20-40 лет. Влияние именно на социально активную аудиторию интересно автору данной работы.

Структура работы обусловлена целями и задачами исследования, которое состоит из введения, двух глав, заключения с выводами и списка литературы.

Глава 1. Эмоциональная публицистика: определение термина, своеобразие и инструментарий

§1. Эмоциональная публицистика как жанровая разновидность журналистских текстов

Термин «эмоциональная публицистика» введен в научный оборот действующим журналистом, кандидатом филологических наук А. В. Колесниченко. В своем учебном пособии для студентов и журналистов «Практическая журналистика» он представляет наиболее актуальную, на его взгляд, для сегодняшней журналистики классификацию жанров прикладной журналистики. По его мнению, существует три ключевых жанрообразующих признака – предмет, метод и функция.

Ссылаясь на классификацию Татьяны Репковой, директора исследовательских и информационных проектов Всемирной газетной ассоциации, он различает следующие группы жанров: новостные; рациональная публицистика; эмоциональная публицистика. Автор пишет о том, что предметом новостных жанров является событие, методом – поиск ответов на шесть вопросов (Кто? Что? Где? Когда? Почему? Каким образом?), функцией – объективный рассказ о событии с большим или меньшим количеством подробностей.

Предмет жанров рациональной публицистики – это связь события с другими событиями, метод этой группы жанров – логический анализ, а функция – вписывание известного события в контекст. И наконец, жанры эмоциональной публицистики, согласно концепции исследователя, характеризуются следующими признаками: «У жанров эмоциональной публицистики в роли предмета выступает человек, который выходит на первый план, тогда как событие отходит на второй, методом является описание людей в драматических ситуациях, а функция эмоциональной публицистики – вызвать эмоциональную реакцию читателей, дать им возможность пережить то, что

пережили герои материала»¹. Важно отметить, что автор выделяет такие жанры эмоциональной публицистики как репортаж, фиче, личностное интервью и портрет.

Однако существуют и другие точки зрения относительно жанрового вопроса: у каждой теоретической школы журналистики выработан свой авторский взгляд на систему журналистских жанров. Такое разнообразие мнений обусловлено тем, что каждый из исследователей выделяет различные жанрообразующие признаки.

Представленная А. В. Колесниченко система опирается на подход другого исследователя – А. А. Тертычного, для которого ключевыми жанрообразующими факторами также являются предмет отображения, цели журналистского творчества и методы исследования предмета. Исходя из этого, исследователь выделяет три типа жанровых групп: информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры. На такие же три группы подразделяет жанры и другой исследователь Д. В. Туманов.

Существует и другой взгляд на вопрос. Помимо предмета, функции и метода как основных жанрообразующих признаков, теоретик журналистики Л. В. Шибаева называет еще и такие параметры жанра как «масштаб, в котором рассматривается действительность и отдельные черты стиля»². Однако и этот исследователь в вопросе определения жанра как метода выделяет аналогичные три группы жанров: информационные, аналитические и художественно-публицистические.

Свою систему жанров выработала и петербургская школа журналистики. Учебник С. Г. Корконосенко «Основы творческой деятельности журналиста» предлагает пять жанровых групп, появляющихся в прессе:

- 1) оперативно-новостные
- 2) оперативно-исследовательские
- 3) исследовательско-новостные

¹ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

² Шибаева Л. Жанры в теории и практике журналистики URL: <http://www.evartist.narod.ru/text3/82.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

- 4) исследовательские
- 5) исследовательско-образные (художественно-публицистические).¹

Ядром оперативно-новостных жанров является новость, то есть сообщение, содержащее информацию, ранее неизвестную аудитории. Специфика оперативно-исследовательских жанров в том, что в них при общем сохранении интереса к новости на первый план выступает не оперативное значение сообщаемой информации, а ее истолкование. Исследовательско-новостные тексты характеризуются стремлением журналиста, с одной стороны, сохранить новостное ядро передаваемой информации (актуализация проблемы), а с другой – возникшую проблему проанализировать, дать описываемым фактам оценку. Исследовательские тексты опираются не на описание фактов, а на их логически-рациональный анализ.

Образная публицистика или исследовательско-образные тексты, как пишет Л. Е. Кройчик, «сближаясь по методам своего исследования с искусством, вводит в тексты СМИ личность как некую социально-нравственную целостность, позволяя исследовать героя и автора-повествователя в их поступках и переживаниях»². При этом, указывает исследователь, жанры образной журналистики создают психологически достоверную картину действительности. Важнейшей особенностью такого типа текстов является то, что автор и герой создают в тексте мощный психологический фон для восприятия идей, заложенных в материал. Преимущество образной публицистики в том, что соединяя логико-понятийный анализ с образным, публицистика способна объяснить самые сложные и противоречивые социально-нравственные и нравственно-психологические аспекты ситуаций³.

Другой исследователь М. Н. Ким пишет о функционально-предметном подходе, согласно которому разновидность задач рождает разновидность жанров. Так, журналистские жанры можно разделить на информационные (их

¹ Корконосенко С. Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000 г. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/58.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

² Там же.

³ Там же.

задача – сообщение фактов), аналитические (направлены на анализ, оценку, интерпретацию фактов, событий, явлений) и документально-художественные (отвечают за образно-аналитическое изображение фактов, событий и явлений).

Наиболее подходящей для данного исследования концепцией нам представляется классификация Т. Репковой и А. В. Колесниченко: именно в ней уделяется пристальное внимание отдельной категории жанров, предметом которых является «человек за событием», методом – «описание людей в драматических ситуациях», а функцией – «вызов эмоциональной реакции читателей». Представленная А.В. Колесниченко классификация согласуется с одним из определений журналистики, которое гласит, что журналистика – это рассказ о людях, которые решают задачи, в процессе чего происходят какие-то события¹. «Если внимание сфокусировано на событиях, которые происходят, потому что люди решают задачи, то это новостная журналистика. Если внимание сфокусировано на задачах, то это рациональная публицистика, если на людях, то эмоциональная»², – пишет автор книги «Практическая журналистика».

В данной ВКР рассматривается эмоциональная публицистика, то есть такие журналистские тексты, центральным героем которых является человек, попавший в драматическую ситуацию.

Эмоциональная публицистика имеет свою специфику и характерные черты. Как подчеркивает А. В. Колесниченко, внесший большой вклад в популяризацию термина «эмоциональная публицистика», особенностью такого типа журналистских произведений является субъективность: «Если новости можно верифицировать, то есть проверить на истинность, а о достоверности выводов рациональной публицистики можно судить, исходя из весомости аргументов и соблюдения автором логических законов, то для эмоциональной публицистики факты и логика вторичны, а первичны переживания»³. Автор говорит о том, что для того, чтобы читатели смогли что-то пережить, сначала

¹ Дмитриев Л.А. Парадоксы художественного образа. М.: ИПК, 2002. С. 56.

² Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

³ Там же.

пережить это должен сам журналист. И поскольку все люди разные, и переживания у каждого будут свои, то, к примеру, репортажи об одном и том же событии могут оказаться совершенно разными, «вплоть до ощущения, что авторы побывали на разных мероприятиях, а не на одном и том же»¹. Кроме этого, А. В. Колесниченко дает краткую характеристику каждому из выделяемых в данную группу жанров: «Репортаж – рассказ очевидца, составленный так, чтобы дать возможность читателю самому почувствовать себя на месте события. Фиче – история, написанная от третьего лица, но также дающая возможность пережить случившееся. Личностное интервью ставит целью раскрыть человека через суждения и рассказанные им эпизоды из жизни. Жанр портрета также предполагает раскрытие человека, но не только через беседу, но и через поведение персонажа в характерных для него жизненных ситуациях»².

Ряд авторов выделяет специфические особенности художественно-публицистических жанров в целом, которые также характеризуют и жанры эмоциональной публицистики. А. А. Тертычный называет следующие характеристики текстов художественно-публицистических жанров: «повышенная требовательность к языку, художественная образность, эмоциональная насыщенность текстов, глубина авторского обобщения действительности»³. Другой исследователь В. В. Ворошилов отмечает, что в художественно-публицистических текстах конкретный, документальный факт как бы отходит на второй план, уступая место впечатлению автора от факта, его оценке, авторской мысли. Так, например, для очерка как художественно-публицистического жанра характерно применение различных средств художественной типизации, показ таких ее аспектов, как портрет героя, его

¹ Там же.

² Там же.

³ Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000 URL: <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

речевая характеристика, пейзаж, факт, деталь, подробность, вымысел и домысел¹.

М. Н. Ким в своих трудах развивает идеи другого ученого В. Д. Пельта, который говорит о том, что группе художественно-публицистических жанров свойственна «образность, типизация, насыщенность литературно-художественными изобразительными средствами, сплав понятия и образа»². М. Н. Ким утверждает, что в основе художественно-публицистических жанров лежат документальные факты, но «определяющим становится авторское впечатление от факта, авторская мысль»³. Кроме этого, автор перечисляет способы предъявления фактического материала, характерные для жанров данной группы: это типизация, интерпретация и образная трактовка.

Типизация используется в художественно-публицистических жанрах с целью выявления типических черт изучаемого объекта. Так происходит отбор наиболее существенных характеристик и свойств описываемой действительности.

«*Авторская интерпретация* состоит в том, что, ничего не домысливая, публицист при описании жизни своего героя может, во-первых, подвергнуть факты собственному осмыслению; во-вторых, поделиться личными впечатлениями; в-третьих, выразить свое эмоциональное отношение к герою; в-четвертых, на основе имеющихся данных спрогнозировать развитие ситуации»⁴, – пишет Н. М. Ким.

Посредством *образной трактовки* автор художественно-публицистического произведения создает документальный образ через цепь ассоциативных связей и образных представлений.

Как отмечают другие исследователи В. И. Соловьев и Н. З. Рябина, публицистическое исследование, «проводимое на основе нравственных

¹ Ворошилов В.В. Журналистика : учебник / В.В. Ворошилов. — 7-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2010. — 496 с. URL: http://lawbooks.news/jurnalistika_856_858/233-hudojestvenno-publitsisticheskie.html (дата обращения: 13.04.2016).

² Пельт В.Д. Дифференциация жанров газетной публицистики. М, 1984. С. 30–31.

³ Там же. С. 31.

⁴ Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. URL: http://evartist.narod.ru/text/77.htm#_ftn25 (дата обращения: 13.04.2016)

исканий, составляющих метод человековедения, непременно включает в себя понятие чуткости к социальным заказам времени, острое восприятие действительности, психологический анализ человека»¹. Они же говорят об огромной роли данных жанров и пишут о том, что «социально-нравственное значение публицистики поднимается до уровня управления общественным сознанием»².

Авторы также обращают внимание на то, что именно публицистические жанры адресуются самым широким читательским массам, и одной из главнейших задач этой группы жанров является формирование взглядов на образ жизни людей.

Особые ресурсы, которые позволяют художественно-публицистическим жанрам оказывать сильнейшее воздействие на общественное сознание, описывает Л. Е. Кройчик:

- « – образ «как эмоционально просветленная мысль» активно воздействует на читательскую аудиторию, побуждая ее к сопереживанию и активному мышлению;
- образ «как обобщенная картина действительности» существенно расширяет возможности смыслового постижения и понимания окружающей нас реальности;
- образ «как система знаков, как некий код», создает определенную модель окружающего мира, тем самым интеллектуально обогащает аудиторию представлениями об эстетических возможностях воспроизведения действительности»³.

¹ Соловьев В.И., Рябинина Н.З. Редакторская подготовка периодических изданий. Центр дистанционного образования МГУП, 2001. URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/index.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

² Там же.

³ Л.Е. Кройчик. Система журналистских жанров// Основы творческой деятельности журналиста. /Редактор-составитель С.Г. Корконосенко. СПб., Знание. 2000. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/58.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

§2. Роль эмоциональной публицистики в информационной войне

Тексты как художественно-публицистических жанров, так и других, нередко служат манипуляции общественным сознанием. Е. Л. Доценко определяет этот феномен как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями»¹. Однако в различных жанрах используются различные технологии манипуляции. Ю. А. Таранина в своей работе «Особенности проявления манипулятивных технологий в системе журналистских жанров» делит методы манипуляции по направлению воздействия на «рациональные – направленные на процессы мыслительной деятельности объекта (аргументативный, фокусировочный, фактологический), и эмотивный метод, направленный на сферу эмоций»². Для эмоциональной публицистики характерен эмотивный метод. Именно он объединяет приемы, способные вызывать у потребителя информации сильную эмоциональную реакцию.

Автор книги «Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание» С. А. Зелинский отмечает особую роль эмотивного метода манипуляции и объясняет его механизм: «Любые эмоции, эмоциональная наполняемость смысловой нагрузки лишь усиливают восприятие психикой индивида подобного рода информацию. Такая информация бьет сразу по чувствам. А известно, что если задействуются чувства, то цензура психики уже не может оказывать свое воздействие в полной мере, потому как то, что касается чувств, эмоций, ломает защиту психики и такая информация сразу проходит в подсознание»³.

¹ Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. С. 59

² Таранина Ю. А. Особенности проявления манипулятивных технологий в системе журналистских жанров // Международный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». URL: <http://mic.org.ru/15-nomer-2015/530-osobennosti-proyavleniya-manipulyativnykh-tekhnologij-v-sisteme-zhurnalisticheskikh-zhanrov> (дата обращения: 13.04.2016)

³ Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание URL: <http://www.evartist.narod.ru/text24/0004.htm> (дата обращения: 13.04.2016)

Другой исследователь Г. С. Мельник в своей работе «Mass-media: психологические процессы и эффекты» поднимает проблему так называемой «эмоционализации»¹ социальной жизни, которая отражается как на содержании прессы, так и на настроении аудитории, ее оценках и мнении. Необходимо отметить, что особую значимость эмоциональная публицистика приобретает «в условиях нестабильности, углубления общественных противоречий, психологической напряженности»². В такие периоды, как пишет автор, «наступает опасное время, когда воздух гласности начинает насыщаться ненавистью, злобой и страхом»³. В такой обстановке аудиторией легко усваивается, к примеру, сознательно сконструированный «образ врага».

В этой связи автору данной работы особенно интересным представляется возможность проследить функционирование механизмов эмоционального воздействия на читателей с помощью средств эмоциональной публицистики в текстах на темы, касающиеся ухудшения отношений между Россией и Украиной. Некоторые исследователи отмечают, что с началом мировой информационной войны, развернувшейся в связи с так называемым Украинским вопросом, манипулирование СМИ сознанием аудитории стало масштабным явлением.

Изучение данного вопроса осложняется тем фактом, что однозначной трактовки исторических событий 2013-2016 года не существует, с чем связано отсутствие общепринятого научно-терминологического аппарата для обозначения этой проблемы. Существует несколько различных определений, характеризующих рассматриваемый феномен. Так, например, Ю. А. Таранина в своем исследовании особенностей проявления манипулятивных технологий в системе журналистских жанров называет данные события «присоединением Крыма к России и гражданской войной на Украине»⁴. Другой ученый Н. С.

¹ Мельник Г. С. Mass media: психологические процессы и эффекты. – СПб: С.-Петерб. гос. ун-т, 1996.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Таранина Ю. А. Особенности проявления манипулятивных технологий в системе журналистских жанров // Международный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». URL: <http://mic.org.ru/15-nomer-2015/530-osobennosti-proyavleniya-manipulyativnykh-tekhnologij-v-sisteme-zhurnalisticheskikh-zhanrov> (дата обращения: 13.04.2016)

Лабуш в статье «Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий» дает происходящему общее название «кризисная ситуация на Украине»¹. Такой украинский автор как Дмитрий Громаков пишет о «российско-украинском конфликте»². Собственные коннотации выработали и СМИ. Так, например, РИА Новости пишут о «вооружённом конфликте на востоке Украины» и расшифровывают это определение как «боевые действия на территории Донецкой и Луганской областей Украины, продолжающиеся с апреля 2014 года»³. Информационное агентство ТАСС пишет о «конflikте на юго-востоке Украины», «вооруженном противостоянии», «военных действиях в Донбассе»⁴. Украинские издания, такие как, например, «Обозреватель» или «Корреспондент» дают другую трактовку событиям, в их публикациях можно найти такие определения как «аннексия Крыма». Другое украинское издание «Новое время» использует формулировку «вторжение России в Украину»⁵.

Так как однозначно определить статус событий 2013-2016 годов в Украине сегодня не представляется возможным, в данной исследовательской работе будем придерживаться наиболее нейтральных формулировок: «кризисная ситуация в Украине» и «украинский вопрос». Рассматриваемый период охватывает события, начавшиеся в ноябре 2013 года. 21 ноября 2013 года Украинское правительство решает приостановить процесс подготовки к подписанию Соглашения об ассоциации с ЕС: именно это событие вызвало массовые акции протеста на Украине⁶. На Майдане Незалежности в Киеве собирается группа сторонников евроинтеграции. События Евромайдана вызывают острый политический кризис в стране и приводят к смене

¹ Лабуш Н.С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть II. Контурь информационной войны современности // Медиаскоп. Выпуск №2. 2015 г. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1739> (дата обращения: 13.04.2016).

² Дмитрий Громаков Украина: первая информационная война // 2015. 18 января // <http://allkharkov.ua/articles/state/ukraina-pervaia-informacionnaia-voina.html>

³ Вооруженный конфликт на востоке Украины // РИА-новости // http://ria.ru/tags/event_Vooruzhennyj_konflikt_na_vostoke_Ukrainy_2014/

⁴ История конфликта на юго-востоке Украины // ТАСС // 2014. 1 ноября // <http://tass.ru/info/1547347>

⁵ Российские военные в Украине // Новое время // http://nv.ua/specials/rosiiskie-voennye_v_ukraine.html

⁶ 10 дней, которые потрясли Украину // BBC Украина // 2014. 21 октября // http://www.bbc.com/ukrainian/ukraine_in_russian/2014/11/141121_ru_s_10_days_in_november_2013_21

государственной власти в феврале 2014 года: «22 февраля Верховная рада приняла постановление, в котором заявила о "самоустранении неконституционным способом" президента Украины от выполнения конституционных полномочий и назначении внеочередных выборов президента Украины на 25 мая»¹.

В конце февраля – начале марта города Юго-Востока Украины охватывают массовые общественно-политические акции против действий ультраправых националистических организаций, в защиту статуса русского языка, под антиправительственными, федералистскими, сепаратистскими и пророссийскими лозунгами².

В марте этого же года Верховный совет Крыма принял постановление о вхождении республики в состав Российской Федерации в качестве её субъекта и назначил референдум по этому вопросу. На основании официальных итогов референдума и принятой 11 марта Декларации о независимости Автономной республики Крым и города Севастополя 17 марта была провозглашена независимая Республика Крым, а 18 марта Россия и крымские власти подписали договор о присоединении Крыма к России³.

С апреля 2014 года продолжается вооружённое противостояние в Донецкой и Луганской областях между украинской армией и вооружёнными формированиями самопровозглашённых ДНР и ЛНР.

На данный момент, после Минских соглашений, принятых в 2015 году, активная фаза боевых действий на Донбассе приостановлена, однако окончательно боевые действия не прекращены, а также там отсутствует политическая, экономическая, социальная и гуманитарная стабильность⁴.

Описываемые события освещались как в украинских, так и в российских СМИ. Для информирования населения журналисты двух стран использовали

¹ Смена власти на Украине 22 февраля 2014 года // РИА-Новости 2015. 19 февраля // <http://ria.ru/spravka/20150219/1048590447.html>

² Скворцов С.. «Русская весна» на Юго-Востоке Украины, // РИА Новости—Украина. URL: <http://rian.com.ua/analytics/20140303/340429692.html> (дата обращения: 13.04.2016).

³ Парламент Крыма принял декларацию о независимости // Lenta.ru 2014. 11 марта // <http://lenta.ru/news/2014/03/11/declare/>

⁴ Андрей Бузаров Минский тупик: заморозка конфликта // РБК Украина 2016. 21 января // <https://www.rbc.ua/rus/opinion/minskiy-tupik-zamorozka-konflikta-1453714936.html>

различные жанры – как информационные и аналитические, так и художественно-публицистические. Однако особое внимание в нашей работе уделено именно эмоциональной публицистике, которая использует самые действенные механизмы воздействия на общественное сознание и является одним из способов ведения информационной войны.

Российский политолог А. В. Манойло определяет информационно-психологическую войну как «политический конфликт по поводу власти и осуществления политического руководства, в котором политическая борьба происходит в форме информационно-психологических операций с применением информационного оружия»¹. Н. С. Лабуш в своих исследованиях говорит о таком варианте информационной войны как «психологическая и морально-психологическая война»², которая, по его выражению, «имеет крен в сторону эмоционально-волевого воздействия на противника»³.

Другой исследователь форм и методов воздействия СМИ на общественное сознание А. Е. Левченко отмечает, что информация, переданная таким образом, который вызывает у аудитории определенные душевные состояния, реакции и эмоции, становится более устойчивой для аудитории, чем факты и доводы⁴.

Наукой разработана целая теория эмпатии, которая объясняет, почему люди вовлекаются эмоционально в то, что читают, слышат или видят. Автор теории Д. Зиллман определяет эмпатию как переживание, которое является реакцией на определенные события:

«• информацию об обстоятельствах, способных вызвать в другом человеке острые эмоции;

¹ Манойло А.В., Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта. — Киев: Материалы V Международной научно-практической конференции «Информационные технологии и безопасность», вып. №8, 2005 г., с. 73-80.

² Лабуш Н. С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть 1. Продолжение политики средствами информационного насилия // Медиаскоп. Выпуск №2, 2015. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1738#23> (дата обращения: 13.04.2016).

³ Там же.

⁴ Левченко А.Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание: учебное пособие / А.Е. Левченко- М.:Пресс-Служба, 2005

- жесты, мимику, паралингвистическое и лингвистическое выражение эмоционального переживания человека;
- поступки другого человека, предполагающие, что он будет действовать под влиянием острых эмоциональных переживаний;
- эта реакция сопровождается заметным возрастанием возбуждения;
- объясняется респондентами как сопереживание или сочувствие другому человеку»¹.

Убеждающая медиаинформация, рассчитанная на эмоциональное воздействие, играет очень важную роль в формировании и изменении установок аудитории. Особенно действенным средством в информационном противоборстве, которое обостряется с возникновением в обществе кризисных ситуаций, примером которых могут служить события на Украине в период с осени 2013 года и по настоящее время, является обращение журналистов к жанрам эмоциональной публицистики. Детальное внимание средствам и приемам эмоционального воздействия на аудиторию в рассматриваемых жанрах уделено в следующем параграфе исследования.

¹ Zillmann, D. Empathy: Effect from bearing witness to the emotions of others, 1991

§3. Приемы, механизмы и средства воздействия на аудиторию в текстах эмоциональной публицистики

Как было изложено в первом параграфе, главной функцией эмоциональной публицистики в печатных СМИ является вызов эмоциональной реакции читателей. Для текстов этого типа характерна интенция воздействия на ценностную картину мира адресата. Осуществляется это с помощью ряда приемов и средств, служащих реализации целей эмоциональной публицистики. Существуют различные подходы к отбору приемов эмоционального воздействия в журналистских текстах. Для того чтобы выработать критерии, с помощью которых мы будем исследовать практический материал, обратимся к существующему разнообразию концепций ведущих авторов.

Поскольку методом эмоциональной публицистики является описание людей в драматических ситуациях, а предметом — человек за событием, большое значение имеет то, каким в публикации предстанет главный персонаж. Сразу несколько авторов говорит о таком приеме эмоционального воздействия как *мифологизация личности*, который становится востребован публицистами в кризисные периоды жизни общества.

В современном российском литературоведении термин «мифологема» понимается как «сознательно заимствованное в мифологии понятие (образ, мотив), перенесенное в мир современной художественной культуры»¹. Так, мифологемами могут служить и типы сказочных героев. Образы таких героев находим у русского и советского филолога-фольклориста В. Я. Проппа в работе «Морфология волшебной сказки». Пропп пишет, что «сказка знает семь действующих лиц»² и выделяет таких исполнителей действия: 1) Антагонист (вредитель), который борется с героем. 2) Даритель (снабдитель), который снабжает героя волшебным средством. 3) Помощник, который

¹ Карпов И.П. Словарь авторских терминов. Йошкар-Ола: Марийский гос. пед. ин-т, 2003. С. 22.

² Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. — Издательство «Лабиринт», М., 2001. - с. 73.

помогает герою разрешать трудные задачи. 4) Царевна как искомый персонаж и отец царевны, который задает герою трудные задачи. 5) Отправитель, который отправляет героя в путешествие. 6) Герой, который отправляется на поиски. 7) Ложный герой с его ложными притязаниями.

О мифологизации говорят и в киносценаристике. Советский и российский кинорежиссер А. Н. Митта в своей работе «Кино между раем и адом» выделяет четыре архетипических группы персонажей в зависимости от их поведения в драматических ситуациях: 1) наши знакомые 2) андердог 3) потерянные души 4) идолы¹.

«Наши знакомые – это мы с вами, наши друзья... наши соседи по улице, городу, стране... Все наши с вами главные проблемы от рождения до смерти в основном одинаковы: мы любим, боимся, работаем, хотим чего-то добиться сами, помогаем детям»², – пишет А. Митта. Андердог, по мнению автора работы, хочет изменить свой социальный статус: это «те, кто лезет вверх, преодолевая классовые барьеры»³. Потерянные души – «это такие же, как мы, но потерявшие моральные ориентиры, преступившие законы и нормы морали. Они начали, как мы, но выбрали неправильный путь»⁴. Автор называет идолами тех, кто выступает в облике обычных людей, но они являются существами, которые могут все.

Активно используются мифологемы и в журналистике. Так, А. В. Колесниченко в своей работе «Настольная книга журналиста» пишет о том, что судьбы людей похожи на мифологические сюжеты, и тогда журналист может «накладывать судьбу персонажа на известную читателю жизненную историю»⁵. Автор, ссылаясь на К. Юнга, приводит примеры архетипических сюжетов, то есть сюжетов, которые присутствуют в коллективной памяти благодаря мифологии, религии, народному фольклору:

1) «Гадкий утенок (превращение из непризнанного заморыша в облаченного

¹ Митта А. Н. Кино между раем и адом. 2014. С.75

² Там же. С.75

³ Там же. С. 76

⁴ Там же. С. 78

⁵ Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. М. 2013, Аспент пресс. С. 188

деньгами и властью красавца);

2) Восстание из пепла (персонаж теряет все и находится на краю гибели, однако возвращает утраченное и добивается еще большего);

3) Встреча с принцем (чудесное знакомство с представителем высшего сословия возносит персонажа наверх и предопределяет успех его жизни);

4) Потеря и возвращение любимого (персонаж тратит свою жизнь на борьбу за возлюбленного либо на его спасение);

5) Иванушка-дурачок (персонаж не блещет интеллектом, но добивается успеха благодаря интуиции, стечению обстоятельств или чудесному помощнику)». ¹

Однако еще чаще в СМИ встречаются маски героев, которые описывает в своей книге «Mass-media: психологические процессы и эффекты» Г. С. Мельник: изгой, правдоборец, святой, злодей и т.д.

Еще одним приемом эмоционального воздействия на аудиторию СМИ является создание и транслирование *стереотипов и имиджей*. У. Липпман в книге «Общественное мнение» дает определение стереотипа – это упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта человека. Особенно широко стереотипы как прием могут использоваться в СМИ в периоды конфликтных ситуаций. Об этом пишет и Г. С. Мельник: «Социальный стереотип становится более отчетливым и враждебным, когда возникает враждебность между группами»². Автор пишет, что часто в пропагандистских целях прибегают к эффекту смысловых ножниц, когда в сообщении употребляется имя, но не указывается смысл. Например, при квалификации действий противника используются такие выражения как «банды наемников», «боевики», «экстремисты», «мятежники», «насилие», «волнение».

Эмоциональное воздействие на аудиторию в период конфликтных ситуаций может применяться СМИ и для создания образа противника. Так, Г.

¹ Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. М. 2013, Аспент пресс. С. 190

² Мельник Г. С. Mass media: психологические процессы и эффекты. – СПб: С.-Петербург. гос. ун-т, 1996. С. 93

С. Мельник в своей работе «Mass-media: психологические процессы и эффекты» пишет, что в основе механизма создания образа врага заложена идея дегуманизации. «Враг представляется непохожим на вас – он другой национальности, вида, умственных способностей; кроме того, он агрессивен, и от него нужно защищаться»¹. Американский психолог Р. Уайт выделил следующие компоненты технологии создания образа врага:

1. «Дьявольский» характер врага: дьяволизирован лидер страны, избранной объектом агрессии. Враг угрожает целям и ценностям, он умный, коварный и продажный, способен на предательство, склонен к трусливым и закулисным действиям, он живое воплощение «зла».
2. Мужественный образ себя: пропаганда стойкости и героизма своей группы, публичное шельмование отступников и сторонников мирного разрешения конфликта.
3. Моральность себя – аморальность противника
4. Селективная невнимательность
5. Отсутствие эмпатии: противник категоризируется как существо неодушевленное и аморальное, поскольку трудно убить противника или нанести ему существенный вред, воспринимая его себе подобным существом.²

Помимо образа врага, в публицистике рисуется и образ героя. По мнению Р. Уайта, в образе героя всегда присутствуют следующие элементы:

1. Борьба со злыми силами
2. Защита слабых и обездоленных: герой всегда встает на защиту тех, кто сам не может противостоять злым силам, кого эти силы нещадно эксплуатируют в своих аморальных целях, то есть мирных граждан. Часто это осуществляется путем резкого

¹ Мельник Г. С. Mass media: психологические процессы и эффекты. – СПб: С.-Петербург. гос. ун-т, 1996. С. 83

² White R. Misconceptions in Soviet and American Images // The New York Times. September, 5. 1961

противопоставления лидера – своему народу – беззащитной жертве его политики.

3. Порядочность: в борьбе со злыми силами герой всегда использует только честные методы, никогда не опускается до подлых и аморальных приёмов. Он благородный и бескорыстный «спаситель».
4. Человечность и сострадание: герой проповедует патриотизм, любит стариков и детей. Герой великодушен, он прощает своего противника. Однако герой беспощаден к тем, кто служит силам зла из своих корыстных интересов.
5. Отсутствие страха и уверенность в победе: герой не знает страха, он вступает в неравную схватку с врагом, демонстрирует свою уверенность в том, что дело, за которое он сражается – правое, всячески поднимает «боевой дух» своих последователей и вселяет в них веру в «счастливый конец»¹.

Следующим приемом эмоционального воздействия является *композиция портрета*. Этот термин вводит А. В. Колесниченко в работе «Настольная книга журналиста». Автор выделяет «холодное» и «теплое» написание портрета. «Холодное» написание портрета представляет собой типовой вариант композиции. По Колесниченко, это: «1. Решающий момент в жизни человека, решающее событие в его судьбе. 2. Рассказ о том, что это за человек, и чем он интересен. 3. История жизни персонажа. 4. Комментарии персонажа о мотивах его поступков. 5. Комментарии других людей о поступках персонажа. 6. Анализ того, чего добился персонаж, или чего может добиться в будущем. Комментарии персонажа и других людей о его достижениях. 7. Концовка портрета – случай из жизни персонажа, иллюстрирующий его характер»².

¹ Там же.

² Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. М. 2013, Аспент пресс. С. 194

Наибольшее эмоциональное воздействие оказывает «теплое» написание портрета. Оно находит выражение в двух формах: сценоориентированная и времяориентированная композиция. «При сценоориентированной композиции информация подается от сцены к сцене»¹, – сообщает автор. При этом данные сцены не обязательно будут следовать друг за другом в хронологическом порядке. Времяориентированная композиция может использоваться в двух вариантах: описывается либо небольшой фрагмент из жизни персонажа, либо охватывается вся его жизнь. Колесниченко также выделяет литературную композицию: «за основу берется известный читателям сюжет из произведений искусства, и жизнь персонажа накладывается на этот сюжет». ²

В журналистских текстах также, как правило, используется пятичленная структура драмы: экспозиция, завязка, сюжет, кульминация, развязка. Кроме этого, пишет А. В. Колесниченко, в портретах можно использовать и литературные приемы создания напряжения через разрушение хронологии: с помощью таких приемов, как проспекция, ретроспекция и ретардация.

Проспекцией называется «забегание вперед», когда читателю сообщается информация, которая ему непонятна и которая побуждает его продвигаться вглубь текста. Ретроспекция – это, напротив, «возвращение назад»: информация о прошлом, которая позволяет совершенно по-другому понять настоящее. Ретардация – это задержка действия при помощи рассуждений или параллельного сюжета. Это также провоцирует нетерпение читателя и желание узнать, что же произошло дальше.

Другой исследователь – Т. А. Беневольская – в своей работе «Композиция газетного очерка» выделяет три типа композиции:

«1) Хроникальное построение материала (описание явлений, событий, человеческой жизни в их временной последовательности) .

¹ Там же.

² Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. М. 2013, Аспент пресс. С. 199.

2) Структуры, основанные на логике причинно-следственных связей (очерк-исследование, анализ, где нет рассказа о событии, явлении или каком-либо отрезке жизни героя «во времени», а все повествование строится по принципу не временной, а логической последовательности, как движение мысли, система положений, система выводов и доказательств). В основе этих структур уже иной принцип, так как логика исследования и логика изложения – разные вещи.

3) Эссеистская свободная форма построения, основанная на сложных ассоциативных связях и образных обобщениях. Эта форма наиболее распространена в практике газетного очерка. Она, как правило, совмещает в себе элементы обоих предыдущих типов и характеризуется наибольшей полифоничностью, многогранностью, пестротой употребляемых композиционных приемов и средств»¹.

Исследователь пишет о том, что выбор типа композиции служит авторскому замыслу, и подчеркивает, что «после нахождения интересной «обрамляющей» формы, остановившись на каком-либо из трех типов, автор очерка должен выбрать из бесконечного многообразия композиционных приемов и их комбинаций те, которые наиболее ярко воплотили бы идею его материала». Далее автор работы перечисляет такие средства. Во-первых, это система переходов, позволяющих очеркисту-газетчику писать кратко, перешагивая через промежуточные звенья: так называемые «связки» или «отступления»: «пейзажная заставка (картинка), развернутый диалог, эпизод и, наконец, такой традиционный в очерке прием, как отступления, вставки (воспоминания, размышления "по ходу", биографические экскурсы, лирические раздумья и т. д.), которые и играют роль регулировщиков, "тормозов" или "ускорителей" повествования»².

Во-вторых, это прием контраста, развернутое сравнение, историческая параллель, сталкивание различных эпох. В-третьих, это кольцевая

¹ Беневоленская Т.А. Композиция газетного очерка. Пособие по спецкурсу. - М., 1975. С. 61.

² Беневоленская Т.А. Композиция газетного очерка. Пособие по спецкурсу. - М., 1975. С.80

композиция: одинаковые начало и конец. «Этот прием придает произведению особую целостность, делает его стройным и компактным. Кроме того, повторение наиболее важных, выносимых очеркистом в начало и конец, фактов и мыслей, усиливает идейное звучание материала», – пишет Т. А. Беневольская.

Есть и еще один элемент эмоциональной публицистики, без которого невозможно ее существование – это конфликт. А. В. Колесниченко подразделяет конфликты в журналистских текстах на внешние и внутренние. Под внешними понимается противостояние людей или групп людей с другими людьми, группами или государством, обществом или природой. Под внутренними автор понимает «противоборства между желаемым и возможным, либо желаемым и должным»¹. В работе «Настольная книга журналиста» дается подробная классификация:

«Внешние конфликты:

- Человек против другого человека
- Человек или группа против группы
- Человек или группа против государства
- Человек или группа против общества
- Человек или группа против природы (живой или неживой)

Внутренние конфликты:

- Противоборство между желаемым и возможным (хочу, но не могу)
- Противоборство между желаемым и должным (не хочу, но должен)
- Противоборство между желаемым и запретным (хочу, но нельзя)»².

Кроме этого, автор указывает, что конфликты бывают скрытыми и открытыми (вышедшими на поверхность).

Эмоциональное воздействие на читателя оказывает также и такие составляющие журналистского произведения как *авторское «я»* и *позиция автора*. Согласно исследователю М. Н. Ким, автор журналистского

¹ Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. М. 2013, Аспент пресс. С. 14

² Там же.

произведения должен четко обозначить свою мировоззренческую позицию в отношении описываемых событий и при этом постараться проявить свою творческую индивидуальность. Именно поэтому, пишет автор в своей работе «Технология создания журналистского произведения», «в структуре текста можно обнаружить различного рода чувственные и рациональные образования, возникшие в сознании автора и отраженные им в определенной знаковой системе».

Каким может быть образ автора? Исследователь М. И. Стюфляева говорит о том, что возможны следующие варианты: автор как «зеркало» героя, автор как лирический герой произведения, автор как инстанция анализирующая и оценивающая¹. По мнению М. Н. Ким, существуют такие формы авторского вторжения в текст: «Во-первых, автор может войти в непосредственный контакт со своими героями, во-вторых, поделить в ходе описания события собственными воспоминаниями, в-третьих, выразить свои соображения по поводу поведения героев, в-четвертых, выстроить версии и предположения, в-пятых, выразить собственные эмоции, в-шестых, раскрыть перед читателем свою творческую лабораторию...»².

Другой исследователь М. И. Старуш считает, что автор в произведении может выступать как герой размышляющий и как герой действующий. «Я» действующее – репрезентативный образ автора: это автор-очевидец, автор-участник, автор-наблюдатель. Именно этими образами достигается эффект соучастия, что является мощным аспектом влияния на читателя. Он будет «переживать» текст вместе с автором и теми, кто был в описываемой ситуации. «Я» размышляющее – интроспективный образ автора – ориентировано на совместное решение поставленных задач, совместное исследование. Это обеспечивает эффект само- и совместного размышления с автором³.

¹ Стюфляева М.И. Человек в публицистике: (Методы и приемы изображения и исследования). Воронеж, 1989. С. 64.

² Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. URL: http://evartist.narod.ru/text/77.htm#_ftn25 (дата обращения: 13.04.2016)

³ Старуш М.И. Авторское «Я» в публицистическом произведении: Автореф. канд. дис. М., 1985.

Московский специалист теории журналистики А. С. Лавреневская выделяет составляющие авторской позиции. Это – «образный ориентир», «авторский приём», «мнение» (имеющее определённую «направленность», «тональность», «персонифицированность» и «охват»), а также «роль» повествователя («художник», «прагматик», «исследователь» и «пропагандист»)¹.

Таким образом, некоторые составляющие журналистского текста в жанрах эмоциональной публицистики служат эмоциональному воздействию на читателя. Так, на восприятие информации повлияет выбор журналистом типа описываемого персонажа (с учетом такого приема, как мифологизация), композиция портрета, конфликт журналистского произведения, а также авторское «я». Однако существуют и другие приемы эмоционального воздействия на читателя. О них в своей работе «Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание» пишет А. Е. Левченко. Автор выделяет следующие *приемы внушения*:

1) Прием «свидетельства»

Этот прием состоит в приведении высказывания личности, которую уважают или ненавидят в данной аудитории. Прием «свидетельства» содержит оценку преподносимой идеи, деятеля, вещи, направленную на побуждение аудитории к определенному к ним отношению (положительному или отрицательному). Например, если человек, отношение к которому у аудитории однозначно отрицательное, одобрит какие-либо действия или идеи, к ним также сформируется отрицательное отношение.

2) Прием «наклеивания ярлыков»

Для компрометации и отторжения слушателями лиц или идей на них наклеивается негативный ярлык, например: «империалист», «фашист» и т.д.

3) Прием «сияющего обобщения»

¹ Лавреневская А. С. Объективное и субъективное в очерке (к теории жанра). Автореф.канд.дисс... М., 1989.

Конкретная вещь обозначается отвлеченным понятием, имеющим позитивную эмоциональную окраску – символом. Целью является побуждение аудитории принять и одобрить преподносимое явление. Этот прием скрывает негативные стороны и не вызывает у аудитории нежелательных ассоциаций (например, «свободный мир», «демократия», «национальное самосознание», «народовластие», «суверенитет»).

4) Прием «игра в простонародность»

Цель этого приема – побуждение аудитории к ассоциации личности коммуникатора и преподносимых им понятий с позитивными ценностями из-за «народности» этих понятий или принадлежности к «простым людям».

5) Утверждение (в простой форме) и повторение¹.

Повторение является главным методом закрепления стереотипов в сознании.

О способах воздействия на аудиторию говорит и В. Крысько в своей книге «Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт)». Автор различает такие способы:

1. «Приклеивание ярлыков»
2. «Сияющее обобщение»
3. «Перенос»
4. «Свидетельство»
5. «Игра в простонародность»
6. «Перетасовка фактов»
7. «Общая платформа»².

Необходимо учитывать, что воплощению всех перечисленных приемов в журналистских текстах служат средства эмоциональной выразительности текста. Российский лингвист М. Н. Кожина разработала теорию, согласно которой существуют два типа выразительности текста: 1) логико-

¹ Левченко А.Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание: учебное пособие / А.Е. Левченко- М.:Пресс-Служба, 2005

² Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт), Минск 1999. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/001.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

понятийная («интеллектуальная экспрессивность»), которая заключается в подборе фактов, умелом использовании понятий, в точности словоупотребления, логичности, доказательности, доходчивости и ясности изложения; 2) чувственно-воздействующая (создается интонационными, звуковыми, графическими, лексическими средствами, тропами, фразеологическими, графическими средствами, фигурами речи – стилистическими, речемыслительными, риторическими).

Для текстов эмоциональной публицистики доминирующее значение имеет второй тип выразительности – средства выражения личностного начала.

Рамки ВКР не позволяют рассмотреть все эти средства подробно, поэтому остановимся лишь на некоторых:

Лексические средства выразительности: синонимы, устаревшие слова, неологизмы, тропы (метафора, олицетворение, эпитет, метонимия, ирония, гипербола, мейозис).

Фразеологические средства выразительности: фразеологические обороты, неидиоматические фразеологические единицы.

Словообразовательные средства – морфемы, выражающие оценку (положительную или отрицательную), используемые при образовании слов с экспрессивным, оценочным, значением.

Морфологические средства выразительности – средства формообразования слов различных частей речи.

Речемыслительные (семантические) фигуры речи: сравнение, аллегория, градация, антитеза, оксюморон, каламбур, символ, перифраза, аллюзия. *Риторические фигуры:* обращение, риторический вопрос, риторическое восклицание, риторическое ответствование, умолчание¹.

Таким образом, с помощью анализа текстов на предмет наличия перечисленных чувственно-воздействующих средств выразительности

¹ Стилистика русского языка : учебник / М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. — М. : Флинта : Наука, 2008.

русской речи возможным станет выявление употребления российскими и украинскими авторами в текстах эмоциональной публицистики описанных выше приемов воздействия на общественное сознание. Анализ текстов представлен в следующей главе.

Глава 2. Анализ журналистских текстов в российских и украинских СМИ на предмет употребления приемов эмоционального воздействия на аудиторию

§1. Эмоциональная публицистика России. Материалы журнала «Русский репортер»

Прежде чем перейти к анализу текстов СМИ на предмет наличия приемов эмоциональной публицистики, определим особенности источника. Журнал «Русский репортер» позиционирует себя как вдумчивый еженедельник для активного среднего класса: «Ядро читателей «Русского репортера» — это активные и состоятельные люди в возрасте 25–44 года»¹. «Это журнал для людей, которые не боятся перемен, не избегают ответственности, предпочитают сами определять стиль своей жизни»², — заявили при создании журнала в ИД «Эксперт». Сам журнал «позиционируется как СМИ с патриотическим и позитивным настроем, но при этом независимое, объективное, острое»³. В нем обсуждаются политические события и новости, общественно значимые темы. Помимо этого, «Русский репортер» публикует рассказы об интересных людях и героях нашего времени: большая доля публикаций на страницах журнала относится к эмоциональной публицистике, чем и обусловлен выбор источника. Журнал распространяется по всей России. Его тираж — 168 000 экземпляров, существует и онлайн-версия издания.

Для анализа эмоциональной публицистики, представленной в данном журнале, мы возьмем тексты, относящиеся к разным периодам украинского кризиса и расположенные в хронологическом порядке. Прежде чем перейти непосредственно к анализу журналистских текстов, напомним приемы

¹ Медиа-кит «Русского репортера» 2014 // http://www.mediator-rus.com/images/mediakits/2014/KIT_RR_2014_kontaktii.pdf

² В Екатеринбурге презентуют новое федеральное СМИ // Ura.ru 2007. 11 мая // <http://ura.ru/news/21135>

³ Там же.

эмоционального воздействия, которые чаще других встречаются на страницах журналов:

- мифологизация личности (наши знакомые, святой, правдоборец, злодей);
- игра в простонародность;
- авторское «я» (действующее, размышляющее, автор-пропагандист);
- создание образа героя и образа врага;
- композиционные средства (ретроспекция, ретардация, сценоориентированная композиция и т.д.);
- имиджи и стереотипы, эффект «смысловых ножниц»;
- селективная невнимательность;
- сияющее обобщение;
- утверждение в простой форме и повторение;
- наклеивание ярлыков;
- прием свидетельства;
- разные типы конфликтов;
- аллюзия, ирония, контраст и другие средства выразительности речи.

Кто москаль, тот не поймет (26 ноября 2013)

Авторы данного текста описывают «евромайдан». В попытке донести до читателя мотивы участников протеста они неоднократно прибегают к приему **мифологизации личности**. Описывая протестующих, авторы подчеркивают, что среди них — «**наши знакомые**»: это вызывает эмоциональный эффект доверия к словам говорящих. Для этого авторы намеренно прибегают к приему **ретроспекции**, приводя помимо высказываний персонажей на тему протестов информацию о фактах из их биографий:

«— Я уже старый человек. У внучки два высших диплома, украинский и французский, две золотые медали за 11 классов. Дала в Украине объяву и резюме разослала. Со всей Украины только один ей предложил работу секретаря за сто гривен. Я ей лучше пенсию дам, чем она будет за сто гривен работать. Другая вышла замуж, уже год как в Германии. За это время она купила машину, отдыхала на Майорке, объездила всю Германию. Разве можно с нашей жизнью сравнить?»¹.

Пользуются авторы и приемом **«игра в протонародность»**: для этого, например, в речь одного из персонажей включен анекдот:

«— Так вступаем же не в Европейский союз, а лишь подписываем соглашение об ассоциации с ЕС?

— В Одессе есть анекдот: «Скажите, а я правильно на Дерибасовскую еду?

— Не только неправильно, но и сидите к ней спиной!» Вот и мы хотим хотя бы повернуться лицом к Европе»².

Авторы в данном материале входят в непосредственный контакт со своими персонажами, примеряя на себя маску **«автора-участника»**. Они задают персонажам вопросы, на которые не получают внятных ответов, тем самым показывая отсутствие у участников протеста определенных мотивов своих действий:

«— Против Москвы и за Европу. Но скорее против Москвы. Как они уже надоели!

— Какое же долговечное противоречие между украинцами и россиянами! Когда это прекратится?

— «Долго» можете забрать, это противоречие вечное и никуда не денется. Я не могу этого объяснить. Это на генном уровне... Ну не любим мы их, они не дали нам ничего хорошего, а Европа дала»³.

Еще один иллюстрирующий функционирование этого приема пример:

¹ Светлана Крюкова, Андрей Коновалов Кто Москваль, тот не поймет // Русский репортер. 2013. 26 ноября // <http://rusrep.ru/article/2013/11/26/ukraine>

² Там же.

³ Там же.

«— А чем плоха Россия? — спрашиваю я его.

— А чем плоха Европа?»¹.

Часто для того, чтобы заставить читателей не согласиться с идеями, которые транслируют персонажи, авторы текста показывают их в **ироническом** ключе. Так, например, авторы метафорически описывают людей, «вырывших яму самим себе»: «"Хто не скаче, той москаль!" — прыгает и скандирует группа студентов у центрального входа в здание кабинета министров Украины. Так молодые люди греются под дождем и веселят спецназовцев и самих себя. Один из студентов внезапно спотыкается. Он нечаянно угодил ногой в дыру, где еще вчера была тротуарная плитка. Активисты «евромайдана» отколупали ее, чтобы дать отпор бойцам «Беркута» (украинский ОМОН. — «РР»), когда те выпустили против митингующих слезоточивый газ»².

Иронией пропитана и одна из композиционно-сильных частей текста — **развязка**. В ней авторы сравнивают описанное выше с театральным представлением:

«— Дадим гари! — молодежь бегом спускается в подземный переход. Старички спускаются вниз не торопясь, но тоже возбуждены общим порывом. Глаза у них горят. Антракт»³.

Майдан умеет ждать (4 марта 2014)

Автор репортажа «Майдан умеет ждать» описывает собственную встречу с активистами протеста и рисует портреты сразу нескольких персонажей. Один из активистов — «человек лет пятидесяти по имени Богдан»⁴. Создавая в тексте его образ, Марина Ахмедова прибегает к такому приему эмоционального воздействия как **мифологизация личности**. Если опираться на типологию, которую выделил А. Н. Митта, Богдан принадлежит

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Марина Ахмедова Майдан умеет ждать // Русский репортер 2014. 4 марта. // http://rusrep.ru/article/2014/03/04/maydan_umeet_jdat/

к такому типу героев как «**наши знакомые**». Жалуется он на простые человеческие проблемы: например, на отсутствие работы: *«А если на родном месте все же найдешь работу, то зарплата копеечная. Семью свою ты прокормить не можешь»*¹. Он не противопоставляет себя другому народу и не ищет среди них внешних врагов: *«Русские наши самые близкие братья. Чего я русского буду не любить, когда я сам такой же? Просто мы хотим получать нормальные деньги за свой труд. Мы не хотим в Европу, мы хотим, чтобы здесь было как в Европе»*².

Конфликт в репортаже развивается по схеме: «**группа против группы**». В репликах Богдана всегда присутствует слово «мы», оно неоднократно повторяется, говорит он от лица коллектива таких же, как он, представителей народа: *«Мы стояли за то, чтоб работала система ответственности и наказания. Украл? Сиди. Чтоб сидели и тупо считали: это туда потратили, это сюда, а это — это куда? А ну-ка отчитайся! — манит он черным от копоти пальцем воображаемого коррупционера из темноты. — Когда уже законодательство будет нормальное, мы разойдемся»*³. Враг здесь — не государство, не общество в целом, а группа людей из правящих элит, «**коррупционеры**», как подсказывает Марина Ахмедова.

Далее в своем репортаже автор рисует следующую сцену: *«Мимо елки ведут человека в расстегнутой куртке. Его руки замотаны скотчем за спиной. Конвоиры — люди в камуфляже и масках. Один из них, с бородой, по которой проходят две седые полоски, несильно толкает связанного в спину. Тот спотыкается. У него остекленевшие глаза навывкате»*⁴. Марина Ахмедова описывает разговор с «конвоиром», который в своей речи использует такой прием эмоционального воздействия на аудиторию как **транслирование стереотипов и эффект «смысловых ножниц»**: используются имена, но не раскрывается их значение: такие слова как «вор»

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

и «провокатор», а так же: «— *Это титуха, — он произносит это слово так, словно, услышав его, я должна брезгливо отступить подальше. — Мы его поймали*»¹. Так, например, «титуха» — слово, значение которого явно не определено. Этот термин обычно используется для именовании совокупности всех выступающих против Евромайдана и евроассоциации. При создании персонажем образа врага им используются такие технологии как, например, **селективная невнимательность**: одно и то же действие, совершенное «героем» и «врагом» оценивается по-разному: «— *Это показательное, — говорит взрослый конвоир с бородой. — Чтобы все его лицо видели. Так мы поступаем и с ворами, и с провокаторами.*

— *Это не показательное, это средневековое, — говорю я, пока связанный стоит ко мне спиной и мелко трясет головой. Все это время я держу конвоира за рукав.*

— *А когда «Беркут» внятером одного? — спрашивает он*»².

Следующей репликой автор текста «вскрывает» данный прием: «— Но если «Беркут» так плох, зачем брать пример с худшего? — успеваю спросить я, прежде чем он уходит»³. Данной репликой Марине Ахмедовой удастся нейтрализовать действие такой технологии как **селективная невнимательность**.

В этом и проявляется **авторское «я»**, автор здесь не отстраненный повествователь, а **непосредственный участник происходящего**. Автор не только входит в непосредственный контакт с героями, но и выражает свои соображения по поводу поведения героев. Кроме этого, автор становится и лирическим героем произведения — наиболее ярко это проявляется в следующем эпизоде: «— *Русская пресса, ты же не хочешь, чтобы тебе голову проломили? — обращается ко мне один из них. — Носи вот это, чтобы тебя никто не тронул. — Он берется за петличку моего пальто и*

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

просовывает в нее ленту цвета украинского флага. — Не снимай, — говорит он, завязывая ленту тугим узлом.

— А еще лучше, когда к вам подойдут, скажите сразу: «Слава Украине!» — советует человек в берете.

— Простите, я ее сниму, — под взглядами собравшихся у палатки я отвязываю ленту и возвращаю ее афганцу.

— Какие же вы в России зомбированные! — в сердцах сплевывает он.

— Мне не противно носить символ Украины, но я не хотела бы, во-первых, делать это против своей воли, а во-вторых, я не считаю правильным носить его из страха»¹. Здесь мы можем наблюдать «я» действующее: Марина Ахмедова — «автор-участник».

Внедрением собственной персоны в текст автору удается продемонстрировать функционирование приемов эмоционального внушения, которые используются противоборствующими сторонами, и своим участием приостанавливать их действие. Еще одним таким примером может служить многочисленное употребление персонажами **технологии «наклеивания ярлыков»**: *«Рассказали у себя в России, что мы тут бандюки, террористы, бандеровцы. Кстати, вы нас не боитесь? Вы же сейчас у львовских бандеровцев в самом логове, можно сказать, сидите»²*. Однако Марина Ахмедова разрушает подобные стереотипы: она описывает расположившихся на Майдане людей, а не *«бандюков, террористов, бандеровцев»*. Для этого автор использует такой прием как **«игра в простонародность»**, с помощью которого удастся побудить аудиторию к ассоциации персонажа с позитивными ценностями из-за принадлежности к «простым людям». Это достигается с помощью употребления в речи персонажей просторечной и окказиональной лексики: *«Я снова пойду на огород копать грядки, сажать картошку. Но! Они больше никогда так не смогут! Потому что будут знать: чуть что, вылетят к чертовой матери!»; «Я ж водила «Урала»!*

¹ Там же.

² Там же.

Тильки что проехал на нем по всему Киеву»; «Тут тебя могут и предать, и продать итэдэ итэпэ»¹.

Причем «простыми» людьми становятся все персонажи текста, независимо от рода занятий и уровня благосостояния. Используя прием **контраста**, Марина Ахмедова рисует персонажей разного достатка, однако показывает, что заботы у всех одинаковые: *«Я не бедный человек, смотрите, у меня бриллианты, — она трогает свои кольца, обильно усыпанные белыми камнями. — Но я не хочу войны!»².*

Спасти душу страны (2 октября 2014)

В данном материале автор рисует нескольких персонажей. В первом эпизоде описывается житель Ростова-на-Дону Владимир. Используя такой прием как **мифологизация личности**, журналист показывает читателям персонажа в маске **правдоборца**. Таким он предстает в следующем эпизоде: *«Знаете, однажды при мне полицейский бил человека. Это было на остановке, и там же стояла толпа людей. Он его не просто избивал, он его убивал. Толпа молчала. Я подбежал, встал вровень с лицом того полицейского и, когда он размахнулся в очередной раз, спокойно сказал: «Нельзя бить человека». И он опомнился. И толпа, опомнившись, закричала хором, как в опере: «Ах ты сволочь! Не бей человека!» Толпе всегда нужен пример, иначе она будет стоять в оцепенении»³.* Приписываются автором персонажу и черты, свойственные **образу героя**: борьба со злыми силами, защита слабых и обездоленных, человечность и сострадание, отсутствие страха. При этом, важно подчеркнуть, что Марина Ахмедова использует подобные приемы для того, чтобы показать в образе героя простого жителя Ростова-на-Дону, который не принимает участия в военных действиях, не транслирует враждебного настроения: она говорит не о боевых заслугах

¹ Там же.

² Там же.

³ Марина Ахмедова Спасти душу страны // Русский репортер 2014. 2 октября // <http://rusrep.ru/article/2014/10/02/spasti-dushu-stranyi/>

персонажа, а о его человеческом поведении в бытовых условиях, в ситуации, которая могла бы произойти и в мирное время.

В качестве технологии эмоционального воздействия используется здесь и **композиция произведения**. Так, Марина Ахмедова выбирает прием **ретроспекции**, внедряя в рассказ о настоящем информацию о прошлом: *«На пути табличка: "Здесь в Змиевской балке в августе 1942 года гитлеровскими оккупантами было уничтожено более 27 тысяч мирных граждан Ростова-на-Дону и советских военнопленных, среди которых представители многих национальностей. Змиевская балка — крупнейшее на территории Российской Федерации место уничтожения фашистскими захватчиками евреев в период Великой Отечественной войны"»*¹. Автор текста использует прием исторической параллели и сталкивает две эпохи, обращаясь к рассказу персонажа о Великой Отечественной войне: *«Немцы отделяли взрослых от детей где-то здесь, — обводит рукой сторону за низиной, где начинается шумная трасса»*².

С помощью сравнения с другой войной, автору удастся подчеркнуть мысль о губительности новой. Для усиления эмоционального воздействия автор использует **прием свидетельства**: рассказ об ужасах войны подтверждается воспоминаниями бабушки персонажа, которая была непосредственным свидетелем произошедшего — именно поэтому все его слова приобретают двойную силу: *«Тут жила моя бабушка. Два дня они шли мимо ее окон с утра и до вечера. Их было несметное множество... Какая-то немецкая докторица смазывала детям губы цианистым калием. Наверное, стрелять в детей немцам самим было страшно. Мужчин и женщин раздевали донага, отводили группами к этой яме, расстреливали и возвращались за другими»*³.

Автор материала через речь персонажа предостерегает от последствий столкновений разных народов: для того, чтобы показать, насколько

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

разрушительна война, она использует **аллегория**: *«Не могут никакие памятники выразить то, что здесь произошло. Как это выразить? Разве что написать **реквием Верди, где хор кричит**. Для меня это созвучно тому, что происходит сейчас на Украине — людей уничтожают ни за что...»¹.*

В следующем эпизоде описывается другой персонаж — житель Донбасса, ополченец Юра. В своей речи персонаж использует **прием повторения и «наклеивания ярлыков»**, когда для отторжения слушателями каких-либо лиц на них наклеивается негативный ярлык, в данном случае — «нацист», «фашист»: *«Когда пришли **нацики**, я забрался на этот орешник. Звоню нашим: "**Нацики** в селе!"». Для подтверждения своих идей, он ссылается на реакцию своей бабушки, используя прием «свидетельства»: «Один снаряд пролетел прямо над крышей. Бабушка от страха описалась, выбежала из дома и кричит: "**Голод застала! Фашистов застала! И до этой войны дожидка!**"». Однако автор материала использует более действенный прием эмоционального внушения, с помощью которого ей удастся разрушить создаваемый персонажем Юрой **образ врага**. Марина Ахмедова использует **сценоориентированную композицию** и переходит к описанию наиболее значимого эпизода из жизни персонажей на Донбассе: *«Я тут телефон нашел после боя, — говорит Юра, — полистал фотографии — там ребенок маленький. Еще эсэмэски — просил перед боем жену, чтобы матери позвонила, а та, чтоб за него молилась. Позвонил по нему жене — мне ж не жалко. Сказать, что ее муж умер. А трубку взял сам хозяин телефона, он, оказывается, из этого боя живым вышел. Судя по голосу, мужик опытный, наверное, офицер. Я спрашиваю: «А кто под машиной?» Он говорит: «Сережка. Новобранец». Не знаю, говорит, как его родителям сказать. А с ними еще один был, — ровным голосом продолжает Юра. — Кричал: «У меня ребенок только родился! Не убивайте!» А нам же не жалко его не убивать, мы его не убили, в больницу отвезли. Он раненый был, там от потери крови скончался. Не, ну ты представь! Этот дома там живой**

¹ Там же.

сидит, а Сережку убили! Я этому тогда в телефон говорю: «Слушай, ты к нам больше не ходи. И пацанам вашим скажи, чтоб не ходили». А мы с ним по-русски разговаривали, он по-украински не умеет. Он тогда и говорит: «Не пойду и пацанам скажу. А ты похорони, пожалуйста, Сережку». Будет у меня выходной, я Сережке крест поставлю»¹. С помощью такого приема как **мифологизация личности** Марина Ахмедова рисует двух персонажей, отстаивающих интересы разных сторон конфликта: и оба они принадлежат к такому типу героев как **«наши знакомые»**: в критической ситуации они обращаются к общечеловеческим ценностям, проявляют солидарность, предстают перед читателями прежде всего людьми, а не представителями противоборствующих лагерей. Созданный вначале образ врага разрушается: теперь оба персонажа предстают в роли героев: им свойственна забота о слабых и обездоленных, человечность и сострадание. Общность персонажей Марине Ахмедовой удастся подчеркнуть с помощью просторечной лексики («пацаны»), суффиксов с уменьшительно-ласкательным значением («Сережка»), употребления символа («крест» как главный символ христианства) и многим другим средствам.

Эмоциональному воздействию в репортаже служит и **авторское «я»**. Марина Ахмедова здесь выступает как **автор анализирующий и оценивающий** и выражает свои соображения по поводу действий героев: в разговор с прошедшим через плен персонажем она внедряет собственную позицию: *«— А ты знаешь, что когда украинские военные берут в плен ополченцев, они обращаются с ними не лучше? — спрашиваю я»²*. В другом эпизоде автор предстает участником происходящего:

«— Я бачу. Я зараз могу начать плакать... Я в детинстве дуже вредный был. Много разных пакостей делал. Мама могла меня побить. Я сидел потом, плакал. А через пятнадцать минут мама приходила, брала меня на колени,

¹ Там же.

² Там же.

обнимала и плакала вместе со мной. И все проходило. А сейчас не проходит. Мне шкода... — он плачет. — Мне дуже шкода, что с людьми так сталося. — А теперь есть кто-то, кто мог бы тебя обнять и заплакать с тобой, чтобы твоя обида прошла?

— Не-ма, — плачет.

— Ну-ну, не плачь, — глажу его по руке»¹.

Описывая собственные активные действия и привлекая «я» действующее, Марина Ахмедова достигает в своем тексте эффекта соучастия, который является мощным аспектом влияния на читателя. Этот прием заставляет аудиторию «переживать» ситуацию вместе с автором, с помощью чего Марине Ахмедовой удастся призвать читателей к той линии поведения, которая представляется ей верной: пожалеть и успокоить всех, кто оказался в центре Украинского кризиса. На собственном примере автор показывает, что перемирие возможно:

«— Я... я когда слышу русскую мову, я хочу ударить того человека...

— А как же ты сейчас сидишь рядом со мной?»².

Когда дрожит дом (3 сентября 2015)

Ключевой технологией эмоционального воздействия в данном материале становится **композиционный прием — ретроспекция**. Марина Ахмедова сперва описывает жизнь персонажей под бомбежками сегодня, а затем обращается к их рассказам о том, как они жили здесь раньше: что привело их сюда и какой предшествующий опыт держит их в своих домах. Это заставляет сочувствовать героям, которые рискуют потерять дом, и доносит идею о ценности родного места, своих корней и, в конечном счете, о прекращении военных действий и утверждении мира.

¹ Там же.

² Там же.

Так, например, описывая семью, живущую на линии фронта, Марина Ахмедова рассказывает трогательную историю о том, как соединилась еще до войны семейная пара:

«— И стоит он весь белый, а вокруг него — просто теплое облако... И мне очень-очень захотелось туда. А его дочь двухлетняя Маринка, она летит в это время с бугра с белыми бантами на голове, с огромными карими глазами и кричит мне: «Мама, где ты так долго была?!» Эти слова решили все...

— Детям видней, — вставляет Аня.

— Когда в жизни уже была потеря и ты знаешь, что все можно потерять, второй шанс ценишь еще больше, — говорит Светлана.

— И тогда наши мечты объединились в этом доме, — говорит Саша, и его слова, несмотря на то что произнесены они мягко, как будто подводят черту под незадачным вопросом — почему они не уезжают из этого дома, расположенного на самой линии фронта.

— Говорят, Маринка очень на меня похожа, — произносит Светлана». ¹

Автор описывает и другие причины, которые заставляют семью оставаться дома, несмотря на обстрелы:

«Вчера дед, отработавший несколько десятилетий инженером-механиком на заводе, отправился к ночи на кладбище.

— Ты куда?! Там обстрел! — пыталась остановить его Марина, та самая повзрослевшая девочка с бантами, летевшая с бугра. Теперь она живет в соседнем доме с дедом, отцом Светланы.

— Я сам знаю куда! Там дети! — агрессивно ответил он. И ушел.

Марина позвонила Ане. Аня взяла фонарик и отправилась на кладбище.

— Потому что надо идти, — говорит она. — Родной человек.

Дедушка, как обычно, сидел возле жены и дочки». ² Изобразив эту сцену из жизни сегодняшней, Марина Ахмедова вновь прибегает к приему

¹ Марина Ахмедова Когда дрожит дом // Русский репортер 2015. 3 сентября // <http://rusrep.ru/article/2015/09/03/kogda-drozhit-dom/>

² Там же.

ретроспекции и рассказывает о том, что случилось с теми, кто похоронен на кладбище.

Этим же приемом пользуется автор репортажа, описывая эпизод с другим персонажем — жительницей Путиловки Натальей. Сначала автор дает описание ее жизни в доме с трясущимися от обстрелов стеклами. И только лишь после этого рассказывает о том, как Наталья здесь оказалась: *«Пятнадцать лет назад Наталья вышла на этот балкон, посмотрела с него не вниз, а вверх и сказала мужу, что хочет жить именно здесь, на Путиловке»*¹.

В этом же эпизоде автор использует прием **мифологизации личности**: перед читателями предстает **святой, правдоборец**. Создается **образ героя**: Наталье свойственно отсутствие страха, сострадание, защита обездоленных. *«Наталья родилась в Ялте. Она знала всех продавцов Путиловского рынка в лицо, как знают родню или соседей. Во время бомбежки кто-то из них погиб. И Наталья, узнав об этом, вернулась.*

— Отдавать долг городу, который меня принял двадцать лет назад, — говорит она.

*Утром Наталья отвезла гуманитарную помощь в Октябрьский. Ее вишневого цвета машина проезжала по узким, тонущим в зелени улицам мимо заборов, заглянув в пробоины которых можно было увидеть весь двор. Мимо надписи на стене — «Держись, Шахтер!» Мимо стариков, сидящих на скамейках у подъездов многоэтажных домов. Наталья передавала в морщинистые руки коробки с едой, таким образом возвращая долг своему городу»*².

Здесь же при создании портрета использован прием **«игра в простонародность»**. Речь персонажа изобилует просторечной лексикой, при словообразовании используются морфемы, придающие словам экспрессивное значение: *«А настоящая женищина знает — после обстрела*

¹ Там же.

² Там же.

*можно остаться без головы, но обязательно в красивых трусах... Я съездила в Луганск, оказалось, что цех по-прежнему работает. Вернулась оттуда с мешком **труселей**. Думала — как объяснять на блокпостах, что везу? У меня есть удостоверение **гуманитарщика**, но трусы — явно не **гуманитарка**»¹.*

На протяжении всего текста используется и другой механизм эмоционального воздействия на читателей — **повторение**. В **метафорической** форме в репортаже описывается страх, в котором пребывают местные жители. Он выражается в неоднократном изображении звукового фона, на котором разворачиваются описываемые действия: «Огненные оркестры, как правило, разворачиваются над Путиловкой ближе к вечеру, и увертюрой становится гудение танка»; «Даже дети с Путиловки знают, что «Град» уходит пакетом — тж-тж-тж, — а по небу в это время несутся огненные стрелы.»; «Снизу, откуда-то справа, доносится стрекот пулемета»; «— Звуки злого железа, — говорит Наталья, отворачиваясь от окна», «Раздается длинный бах. «Это — танк», — комментирует Наталья. В небе стучит «бум-бум». «А это — пушка». Трум-туру-рум — пулеметные очереди перестают быть глухими и агрессивно пробиваются в интервалах между тяжелыми орудиями»².

На эмоциональное воздействие направлено и употребление **олицетворений**. Одушевленными становятся и город, и дом: «Донецк — сильный. Большое раненое животное... Но как помочь городу, когда в него летит и летит? Он сопротивляется, он борется, и мы боремся вместе с ним...»; «Дом трясется. Дом дергается. Дом словно хочет убежать туда, где мирные соглашения еще в силе. Но его держит корень, крепкий от того, что он полит кровью и потом людей»³. Все эти приемы подчеркивают идею об отрицании военных действий, о необходимости сохранения живой и неживой природы.

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

Важно отметить, что в тексте автор намеренно **избегает** использования приема **создания образа врага**. Об этом свидетельствуют следующая реплика персонажа, в которой противоположная сторона конфликта выступает обезличенной, абстрактной и оправдывается: *«Я никогда не представляю себе тех, кто стреляет, — говорит Светлана, и в ее голосе слышнее надтреснутый хрип. — Я никогда не задумывалась о том, что это, может быть, в нас какой-то украинец из Львова стреляет. Я думаю только о том, что страшно, что может прилететь. Ему просто нас **нарисовали** такими, и он думает, что действительно надо спасать от нас страну...»¹.*

Между Пушкиным и Шевченко (28 апреля 2016)

В материале «Между Пушкиным и Шевченко» Марина Ахмедова пытается разобраться, «в чем идея Донбасса», «что в донбасской культуре от России и что от Украины». Ключевым чувственно-воздействующим приемом в данном материале становится **прием «свидетельства»**, который заключается в привидении высказывания личности, которую уважают в данной аудитории. В данном случае этот прием направлен на побуждение аудитории к положительному отношению к идее, оценку которой содержат высказывания персонажа. В репортаже Марины Ахмедовой такими героями становятся представители академической среды: мирные преподавательницы на кафедре украинской филологии Донецкого университета. Прием заключается в том, что речь персонажей преисполнена культурными кодами: они говорят как бы не от своего лица, а являются выразителями всемирно принятого культурного знания. Так, например, чтобы подчеркнуть непоправимость произошедшего в Украине, автор через реплику персонажа отсылает читателей к библейским мотивам: *«Нет, конечно, я понимаю, что идеала, как до войны, уже не будет. **Грехопадение** свершилось. О рае вздыхать бесполезно»; «**Грехопадение** началось на Майдане, когда «Беркут»*

¹ Там же.

ставили на колени. Это точка невозврата. Потом полилась кровь на Донбассе»¹.

Для подтверждения своих идей персонаж обращается и к мировой культуре, что так же воздействует на эмоции читателя: *«Вам никогда не приходило в голову сравнить, как видят свободу русские и украинцы? У русских модель — пушкинская. И в этом плане я — больше русская, чем украинка. А вот образ свободы у Шевченко: «Не жди сподіваної волі — Вона заснула: цар Микола Її приснав. А щоб збудити Хиренну волю, треба миром, Громадою обух сталить; Та добре вигострити сокиру — Та й заходиться вже будить. А то проспить собі небога До суду Божого страшного!» (Не жди чаемой свободы, она уснула: царь Николай ее убаюкал. А чтоб разбудить хлипкую свободу, надо миром, общиной обух готовить и хорошо наточить топор и тогда приниматься будить. А то проспит, бедняга, до Страшного Божьего суда! —«РР»).* То есть это — призыв к резне, если хотите. И фактически то, что происходит сейчас, — реализация шевченковского проекта. Шевченко — отражение национального бессознательного»².

Кроме этого, речь персонажей, которую приводит автор текста, полна и других **аллюзий**. Так, например, неоднократно происходящее сегодня сравнивается с Великой Отечественной войной:

«— Ні? Ну. Партизани на допиті.

Имеется в виду, что студенты молчат, как партизаны на допросе — старая преподавательская шутка. Ольга Викторовна ходит между партами, заглядывает в лица студенткам»³.

«— ... Раньше учеба воспринималась как данность, но когда пришлось за нее бороться и делать ради нее непростой выбор, студенты ее оценили.

¹ Марина Ахмедова Между Пушкиным и Шевченко // Русский репортер 2016. 28 апреля // http://www.rusrep.ru/article/2016/04/28/mezhdu_pushkinym/

² Там же.

³ Там же.

— На уровне психологии понимаешь, что это же двигало и осажденным Ленинградом, в котором люди шли в библиотеку заниматься, — говорит Ирина Анатольевна»¹.

В тексте показан и прием «наклеивания ярлыков»:

«—... Но доцентства они меня лишили. Как за что? За то, что поддерживаем **сепаратистов и террористов**.

— Продолжаем работу в их вузах»².

Или: «И главное, что все мы... понимаете, все мы, кто на Донбассе живем, мы для них **«ватники»**. Мы — **быдло и ватники**. Мы — **Лугандоны и Донбабве**. Говорят, что мы сами не понимаем, чего хотим. Вот взбунтовались **овцы** какие-то, ха-ха-ха... **Овцы взбунтовались!**»³

Однако важно заметить, что употребляются подобные «ярлыки» здесь в **ироническом** контексте, который нейтрализует данный прием и вызывает обратный эффект: «ярлык» больше не несет компрометирующей функции.

Мнения, высказанные в материале, приобретают дополнительный вес благодаря средствам эмоциональной выразительности текста. Так, например, часто используются **повторы, парцелляция, восклицательные интонации**:

«— Два года идет война. Евросоюз размещает на своих площадках фото наших убийц. Но **нигде** не разместили они фотографий детей убиенных наших. **Наших! донбасских**. Их около ста, — поправляет пиджак с высокомерным выражением лица. — **Нигде**»⁴.

Для наибольшей убедительности речи используется **яркая метафора**: «А на Донбассе вообще трудно сказать, где заканчивается Россия и начинается Украина. Донбасс — пограничье. Сейчас ситуация напоминает разборку родителей, при которой ребенок вынужден присутствовать. Ребенок, естественно, виноват. В том, что слишком хорошо помнит папу и против следующего брака мамы непонятно с кем. Для ребенка это — абсурд, в нем есть кровь и того, и другого. Не может он себя располовинить и

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

*отречься либо от отца, либо от матери. Но вот нэнька наша требует отречения»¹. В другом эпизоде — **олицетворение**, создающее эффект **контраста** (противопоставляется жизнь и смерть): «— Вот он, голубчик, — Ирина Анатольевна вынимает из шкафа кофейную банку. В банке гремит железо. Снимает крышку, вываливает осколок от снаряда на ладонь Ольги Викторовны. — Он был еще теплым, когда мы пришли утром, — дотрагивается до него указательным пальцем. — Какая бяка»². С помощью **иронии** удастся воздействовать на читателя и в тот момент, когда снаряд, попавший в окно университета 14 февраля, называется «валентинкой».*

¹ Там же.

² Там же.

§2. Эмоциональная публицистика Украины. Материалы журнала «Фокус»

Прежде чем перейти к анализу текстов из второго источника, определим его специфику. Журнал «Фокус» позиционирует себя как «общенациональный социально-политический еженедельник и ежедневный интернет-журнал: «Фокус» представляет читателю актуальную аналитическую информацию о происходящем в популярном деловом формате»¹. Журнал пишет о проблемах украинского общества, публикует финансовую информацию, глубокие социальные репортажи (которые можно отнести к эмоциональной публицистике) и многое другое. Аудитория журнала по качественным характеристикам похожа на аудиторию «Русского репортера»: это представители среднего класса в возрасте 20-39 лет: журнал читают «люди с активной жизненной позицией, лидеры мнений, "социальные инноваторы", которые двигают общество вперед»². Что касается направленности и миссии журнала, редакцией заявлено лишь, что журнал делает ставку на объективность. Тираж печатной версии — 32 тысячи экземпляров, аудитория сайта: 532 887 уникальных украинских пользователей (по данным за 2014 год).

Что делают священники на Евромайдане (16 декабря 2013)

Главным механизмом эмоционального воздействия на читательское сознание в данном репортаже становится **мифологизация личности и использование имиджа**. Репортаж посвящен участию священников в событиях на Майдане. Статус православного священника — это одна из мифологем, закрепившихся в общественном сознании нашего народа: этот имидж, как правило, связан с позитивными ценностями. Персонажи данного репортажа выступают как **«святые», «правдоборцы», носители**

¹ Медиа-кит журнала «Фокус» 2015 // <http://www.slideshare.net/chernyshvera/focus-presentation-for-partners-2014-rus>

² Там же.

общечеловеческих истин. Однако в репортаже присутствует два типа персонажей: священник как миротворец и священник как носитель определенной политической позиции. И в первом, и во втором случае имидж «святого», создаваемый автором материала, заставляет читателей доверять идеям, транслируемым в тексте.

В начале текста один из священников — отец Павел — представлен в **образе героя**: *«Он пугал бойцов: "Господь благословляет тех, кто защищает свой народ, и проклинает тех, кто его бьёт!" Батюшка замолк, когда счёл свою миссию выполненной: "Я почувствовал, что их дух сломен, сказал «Аминь» и отошёл"»*¹. Данный эпизод говорит о том, что персонажу свойственно отсутствие страха, сострадание, он ведет борьбу со злыми силами. Используя такой прием внушения как **повторение**, авторы репортажа изображают еще один подобный эпизод, действующим лицом которого становится уже другой персонаж — отец Виталий: *«Он заглядывал в глаза милиционеров и спрашивал: «Ну почему вы здесь?» Ответ на этот вопрос отец Виталий, конечно, знал. «Но я чувствовал, что в тот момент важно просто говорить, чтобы избежать агрессии. Хорошие молодые ребята стоят, я смотрю в их глаза, вижу их страх, драму, молюсь за них... — кашель не даёт батюшке говорить»*². Здесь персонаж предстает **«святým»**, способным пожалуй **«злодея»**, разглядеть в нем человеческое.

Другой персонаж монах Ксёндз Йосип выступает как миротворец и транслирует идею о необходимости объединения всех народов и прекращения противоречий. Про свой костел он говорит так: *«Мне не нравится, когда много агрессии, когда лозунги злые. Я хочу, чтобы сюда приходили украинцы и из Львова, и из Донецка, чтобы они могли помолиться, согреться»*³.

Однако во второй части текста журналист показывает священников, которые настроены не так дружелюбно. При описании отца Ярослава

¹ Дмитрий Фионик, Оксана Савченко Что делают священники на Евромайдане // Фокус 2013. 16 декабря // <https://focus.ua/society/292543/>

² Там же.

³ Там же.

используется прием «наклеивания ярлыков». В уста священнослужителя вкладывается реплика с использованием негативных ярлыков: «— Это *«титушка»*, я их по глазам вычисляю — очень мутные они у них. Смотрите, он агитирует против оппозиции, ведёт себя агрессивно»; «Никогда напрямую не сталкивался с агрессией *жлобов*. На Майдане этот пробел восполнил»¹. Используется здесь же и механизм создания **образа врага**: дьяволизирован «Беркут», в то время как себе приписывается мужественный образ: «Мы заговариваем о непротивлении злу насилем, о левой и правой щеках. Батюшка неожиданно заявляет, что *это не относится к «Беркуту»*. С этим спецподразделением у него давние счёты: — Я видел, как «Беркут» бил людей и в 2001-м, и в 2004-м, и в 2006-м, и когда Тимошенко судили, и сейчас. Командир же у них *ненормальный человек*, его нельзя держать в органах. Я ему 29 ноября даже в пику заехал. Сказал: «Открой очи, посмотри, что ты делаешь?» Он не рискнул поднять на меня руку. *Они меня боятся, а не я их*»². Воздействует на эмоции и изображение внешнего **конфликта «человек против другого человека»**.

Как украинские активисты партизанят в тылу врага (8 августа 2014)

В этой серии очерков показаны обычные жители Донбасса, которые, не покидая дом, служат противоположной стороне конфликта. В тексте автором создается **образ героя и образ врага**. Катюша и другой персонаж Александр называются в тексте «*сторонниками единой Украины*». Они предстают в роли **правдоборцев**, которые не жалея себя, помогают другим. Так, например, Катюшина деятельность описывается следующим образом: «*Катюшин номер телефона известен в нашем городе лучше, чем номера скорой помощи, милиции или пожарной части. И, надо признаться, пользы*

¹ Там же.

² Там же.

от Катюши гораздо больше, чем от всех этих служб вместе взятых...»¹. Затем описывается ее характер: с помощью **повторов** подчеркивается ее бесстрашие: «Она **не боялась** поехать в Киев на предпринимательский Майдан в 2011 году, **не боялась** выступить против беспредела местных властей, **не боялась** этой зимой открыто поддержать Майдан»². И только лишь после этого (используется такой композиционный прием как **ретардация**) рассказывается суть ее партизанской деятельности: «Она собирает информацию для Национальной гвардии. Важно всё: перемещения сепаратистов, техники, оружия. Информацию передают по телефону солдатам либо по скайпу другим активистам»; «Помогает Катюша украинской армии и финансово»³.

Не менее старательно создается автором и **образ врага**. Делается это с помощью приема «**наклеивания ярлыков**», который достигается посредством употребления экспрессивной лексики. Так, для обозначения противника используются следующие номинации: «**боевики, военная комендатура, сепаратисты, террористы, террористическая организация "ЛНР"**», они «**избивают**», «**пытают**». Кроме этого, данные единицы речи неоднократно повторяются — здесь использован прием «**утверждение в простой форме и повторение**».

Для того чтобы дискредитировать «врага», автор текста использует и **мифологизацию личности**. Так, враги выступают **злодеями**: для их обозначения используется символ «свастика» как указание на принадлежность к фашистским и нацистским организациям. Используя **контраст**, автор текста противопоставляет персонажа, защищающего страну, врагам-«фашистам»: «После того как улицы расцвели российскими триколорами, в центре города, недалеко от отделения милиции, Саша вывесил флаг Украины. Флаг сорвали. Но с тех пор каждое утро в разных районах города (где объявлен комендантский час, а террористы

¹ Ксения Новицкая Как украинские активисты партизанят в тылу врага // Фокус 2014. 8 августа // <https://focus.ua/society/312050/>

² Там же.

³ Там же.

патрулируют улицы) появляется изображение украинского флага — жёлто-голубые рисунки на стенах. Возможно, кому-то покажется мелочью. Но патриотам, которые остались в зоне АТО, это дарит надежду. Даже вопреки тому, что всякий раз поверх украинского флага появляется **черная свастика**»¹.

**Что ждёт Мариуполь, и готовы ли горожане его защищать.
Репортаж из столицы Приазовья (11 ноября 2014)**

Уже в самом начале материала автор Дмитрий Синяк использует прием «наклеивания ярлыков» для разграничения «герой»/«враг»: «Пока часть жителей столицы Приазовья копают окопы и помогают украинской армии, другие ждут прихода "ДНР" и доносят **боевикам** о передвижениях войск»²; «Мэр города Юрий Хотлубей может служить образцом чиновничьей гибкости. Он остался в кресле градоначальника при **сепаратистах** и сохранил должность после того, как батальон "Азов" выбил их из города»³; «Даже когда в городе заправляла "**народно-террористическая республика**", не снимала с сумки ленточку, а с окна своего дома — украинский флаг»⁴; «Волонтер "Нового Мариуполя" Ярослав Матюшин вместе с другими обезвреживал одну из двух мобильных групп террористов, обстреливающих частный сектор города из миномётов»⁵.

Рисуя персонажей, автор использует прием **мифологизации личности**. Так, пенсионерка Ольга Николаевна Косовская выступает в роли «**нашей знакомой**»: этот прием призван вызвать к ее словам дополнительное доверие: «— Вы только бросьте клич, что можно получить пару копеек, и соберётся огромная толпа, — рассказывает она. — Но жертвовать собой эта толпа не будет. Поэтому "ДНР" здесь не удержалась»⁶.

¹ Там же.

² Дмитрий Синяк Что ждет Мариуполь, и готовы ли горожане его защищать // Фокус 2014. 11 ноября // <https://focus.ua/country/319411/>

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Там же.

Образ врага нарисован в словах другого персонажа журналистского материала: «— Боялся я при "ДНР", до того как меня однажды чуть не убили, — продолжает он. — Я имел неосторожность сначала сделать покупки в центральном супермаркете, а потом наткнуться на пьяный патруль. Тех, кто меня бил, интересовали не мои политические взгляды, а пин-коды к банковским карточкам. После этого я часто специально вызываю огонь на себя. Пусть *"вата"* боится. А я живу в своей стране»¹. При этом, сам персонаж выступает в **образе** бесстрашного героя-правдборца.

Использует автор и **прием «свидетельства»**, апеллируя к словам священнослужителя, который ссылается на божественную мудрость: «В Донбассе многие хотели в Россию прежде всего потому, что там пенсии и зарплаты выше, чем в Украине. Бог иногда допускает воплощение несовершенных человеческих желаний, чтобы люди смогли сами увидеть своё несовершенство. Поэтому в "ДНР" теперь люди живут, как в аду»²; «— Говорят, Бог шельму метит, — продолжает отец Уар. — Как можно поддерживать организацию, лидеры которой называют себя Бес и Абвер?»³; «— Когда начали гибнуть наши военные, ко мне стали приходить украинские бойцы — за поддержкой и советом, — вспоминает отец Уар. — Некоторые признавались: "Я боюсь. Что мне делать?" Я объяснял, что Бог видит сердце каждого и заранее знает, кто на что способен. Поэтому сейчас в армии именно те люди, которые могут удержать ситуацию, спасти Украину»⁴.

В композиционно сильной заключительной части текста Дмитрий Синяк выступает в роли **«автора-пропагандиста»**: «Призвал ли их Бог, как считает отец Уар? Я не знаю. Но точно знаю, что у *сепаратистов* в Мариуполе нет этой твёрдости духа. А значит, город удастся отстоять»⁵.

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

Меж двух властей. В какой стране хочет жить Краматорск (17 февраля 2015)

Автор текста Юлия Самсонова описывает настроения нескольких жителей Краматорска. Нередко она прибегает к такому приему эмоционального воздействия на читателей как **мифологизация личности**. Часто персонажи предстают в роли «**наших знакомых**», используется прием «**игра в простонародность**». Так, например, таксист Сергей описывается так: «... у него потрёпанная одежда и еле дышащий *Lanos*. Мужчине за 50, в мирное время Сергей работал инструктором в автошколе»¹. Этот прием позволяет ассоциировать преподносимые личностью мнения с позитивными ценностями. Данный персонаж «верит, что Донбасс останется в составе Украины»: «При Украине нормально всё было. Мы работали. Нам не нужны золотые горы. Я нормальный мужик, и мы тут все работаем. Дайте работу, и мы будем делать всё что надо! — срывается на крик»².

Экспрессивной лексикой и восклицательными интонациями преисполнена речь еще одного персонажа, который выступает за объединение с Украиной: «— Мы переехали в Краматорск и живём здесь в общешитии! — начинает одна. — Взрослые люди, а теснимся по 4 человека в комнате и моемся в ванной с десятком других людей! Вы что думаете, если бы мы не верили в нашу победу, мы бы это терпели?! Не все хотят жить в "ДНР"»³.

Автором приводится и противоположное мнение, причем для усиления эмоционального эффекта здесь также используется такой прием как «игра в простонародность». Этот же прием используется и для того, чтобы показать мнение с другой стороны. «— *И шо, вы правда журналист? И шо, правда меня запишете?* — спрашивает старушка»; «— Да чтоб ему, этому Порошенко! У меня пенсия 999 грн, и на неё мы живём вместе с сыном, которому негде работать. Делим пенсию на двоих. А я 15 лет дояркой

¹ Юлия Самсонова Меж двух властей. В какой стране хочет жить Краматорск // Фокус 2015. 17 февраля // <https://focus.ua/country/325008/>

² Там же.

³ Там же.

отработала, дошла по 28 *тёлок* в день!», ¹ — речь персонажа с противоположным мнением изобилует просторечной лексикой.

В речи другого персонажа использован прием **контраста** для того, чтобы у читателя создался **образ героя и образ врага**: «— Неделю назад здесь тоже был митинг. Понаехала "*вата*" из Горловки, кажется. Или не из Горловки. Но точно не наши были. И все проплачены. Этим как деньги привезут, так они тоже разойдутся, — добавляет мужчина средних лет. — Я вот с работы отпросился, пришёл, чтобы показать: Краматорск не хочет в "ДНР"» ². Так, «враг», для изображения которого используется стереотип «вата» («ватник») рисуется продажным, герой же, выступающий за объединение с Украиной, — бескорыстным.

В момент изображения следующего персонажа, отстаивающего мнение «за независимость Донбасса», Юлия Самсонова прибегает к другим приемам эмоционального внушения: **авторское «я» и позиция автора**. Здесь автор входит в непосредственный контакт со своим героем, дискутирует с ним, выражает свои собственные соображения и даже эмоции:

«— Я считаю, что Донбасс должен быть независимым, — всматриваясь вдаль, спокойным голосом сообщает водитель. И после долгой паузы продолжает: — Знаете почему? Потому что мы здесь не поняли этот ваш Майдан, эту вашу хунту. У нас тут промышленность падает. Кто её возродить будет? Порошенко ваш? Или Яценюк, может?

— У Захарченко однозначно это лучше получится. Тем более русские военные ему будут помогать, — **пытаюсь язвить**.

— Ой, не надо только про русских военных. За вас вон тоже солдаты из других стран воюют, и негры в БТР разъезжают. Сам видел. Я же в Славянск ездил, когда тут "ДНР" была. Вozил и тех, и других. Видел негров и польских снайперов, и американских тоже. Зачем нам тут ваша Америка? У нас заводы, нам с Россией дружить надо.

¹ Там же.

² Там же.

Отдаю деньги и молча захлопываю дверь машины»¹.

Журналист также использует **прием «наклеивания ярлыков»** в речи от собственного лица: *«О том, что в городе много провокаторов, подогревающих недовольство жителей, накануне вечером мне рассказал сотрудник СБУ, остановившийся со мной в одной гостинице. Однако бороться с ними крайне сложно — идейного сепаратиста от засланного порой не отличить»²*. Кроме этого, в одну из наиболее сильных композиционных частей текста — **развязку** — журналист внедряет недвусмысленный итог, меняя роль «исследователя» на роль «пропагандиста»: *«Из города уезжаю с ощущением, что и Краматорск, и Донбасс будут с Украиной. Как минимум потому, что местные патриоты знают, чего хотят. Остальные подстроятся — им не привыкать»³.*

Божье воинство (8 апреля 2016)

Данный материал описывает четырех персонажей разных вероисповеданий, принимавших участие в так называемой АТО: православного, иудея, кришнаита и мусульманина. Здесь для эмоционального воздействия используется **прием «свидетельства»**: публика склонна доверять религиозным людям, обычно они пользуются уважением, а значит все высказывания, принадлежащие этим людям, воспринимаемым положительно, будут одобряться аудиторией. Уже в предисловии к материалу редактор для эмоционального давления использует **прием «сияющего обобщения»**: неоднократно употребляются отвлеченные понятия, имеющие позитивную эмоциональную окраску, что не вызывает у аудитории нежелательных ассоциаций: *«те, кто защищает Украину, «их подвиг», «украинский патриотизм»⁴.*

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Влад Лазорев Божье воинство // Фокус 2016. 8 апреля // <https://focus.ua/long/348498/>

Обращение к теме веры и Бога как важнейшему символу в нашей коллективной памяти оказывает дополнительное эмоциональное давление на читателя с целью убедить его в истинности транслируемых в тексте идей: *«Это не просто набор свидетельств. Здесь есть и ощущение Божьего присутствия, и сила духа, и свойственное глубоко верующим людям чувство ответственности. «Мы разные» — такую мысль мы пытались донести, приступая к подготовке материала. «Мы разные, но пока мы вместе, с нами Бог» — такой общий вывод напрашивается по прочтении всех историй. И это не корреспондент подгадал, не редакция придумала. Сама собою родилась эта истина-заповедь. Хотя для верующего человека в этой жизни ничего «само собой» не случается»¹.*

При изображении первого персонажа — православного Станислава Герасименко используются приемы **создания образа героя и образа врага**. С помощью такого механизма как **селективная невнимательность** одно и то же действие — убийство — несет положительную, либо отрицательную окраску в зависимости от исполнителя: героя или врага: *«А как же заповедь «не убий»? Я надел форму и взял автомат не для того, чтобы убивать. За мной моя земля. От моего небольшого города на Днепропетровщине до Донецка три часа езды. Что стоит противнику подвести тяжёлую артиллерию? Три выстрела, и от моих родных мест ничего не останется. А у меня здесь родные, здесь похоронены мои предки. Я не хочу, чтобы снарядами их кости на поверхность выворачивало»².*

Этот же прием используется и в речи другого персонажа — кришнаита, чье имя в тексте не называется: *«Друзья удивляются: дескать, как это так — кришнаит с автоматом? Но Кришна тоже был из касты воинов, и ничего, не жаловался. Насилие допускается, главное — понимать, во имя чего ты это делаешь. Я охраняю Счастье. Если туда придут чуваки с того берега реки, то Счастью будет капец»³.*

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

Другой персонаж — мусульманин Иса Акаев — в своей речи напрямую обозначает **врага**: *«В 1945-м подняли флаг над рейхстагом — значит, победа. Флаг над Донецком ещё ничего не значит. Противник отойдёт за границу, будет оттуда наносить удары. Победа — это когда враг сложил оружие на наших условиях. А так — вытесним его, завтра-послезавтра он вернётся. И только после падения Российской империи мы можем изменить ситуацию с Крымом»*¹. При этом используется прием **ретроспекции**, и с помощью сравнения проводится историческая параллель с Великой Отечественной войной.

Данный персонаж предстает в образе героя типа **«наши знакомые»**: *«Ничего, мы повоюем, а наши сыновья и дочери будут строить, развивать. У меня девять детей, я не для войны их воспитываю»*². Этот прием эмоционального воздействия также повышает уровень доверия позиции персонажа.

¹ Там же.

² Там же.

§3. Сравнительный анализ эмоциональной публицистики в журналах «Русский репортер» и «Фокус»

Для наибольшей наглядности полученные результаты будут нами представлены в виде таблиц: в них знаком «+» обозначено наличие тех или иных приемов в рассматриваемых нами журналистских материалах. Знаком «+/-» обозначены приемы, которые формально присутствуют в тексте, однако их действие нейтрализовано автором.

Таблица 1. Приемы эмоциональной публицистики в журнале «Русский репортер»

	«Кто москаль, тот не поймет»	«Майдан умеет ждать»	«Спасти душу страны»	«Когда дрожит дом»	«Между Пушкиным и Шевченко»
Наши знакомые	+	+	+		
Правдоборец			+	+	
Злодей					
Святой				+	
Игра в простонародность	+	+			
Образ героя			+	+	
Образ врага					
Ретроспекция	+		+	+	
Ретардация					
Авторское «я» действующее	+	+	+		
Авторское «я» размышляющее			+		
Автор-пропагандист					
Стереотипы, эффект «смысловых ножниц»		+/-			
Селективная невнимательность					
Сияющее обобщение					
Наклеивание ярлыков		+/-	+/-		+/-
Повторение			+	+	+
Прием свидетельства			+		+
Сценоориентированная композиция			+		
Аллюзия					+
Ирония	+				+
Имидж					
Конфликт типа «группа против группы»		+			
Конфликт типа «человек против человека»					

Таблица 2. Приемы эмоциональной публицистики в журнале «Фокус»

	«Что делают священники на Евромайдане»	«Как украинские активисты партизаны в тылу врага»	«Что ждёт Мариуполь, и готовы ли горожане его защищать»	«Между двух властей»	«Божье воинство»
Наши знакомые			+	+	+
Правдоборец	+	+			
Злодей	+	+			
Святой	+				
Игра в простонародность				+	
Образ героя	+	+	+	+	+
Образ врага	+	+	+	+	+
Ретроспекция					+
Ретардация		+			
Авторское «я» действующее				+	
Авторское «я» размышляющее					
Автор-пропагандист			+	+	
Стереотипы, эффект «смысловых ножниц»				+	
Селективная невнимательность					+
Сияющее обобщение					+
Наклеивание ярлыков	+	+	+	+	
Повторение	+	+			
Прием свидетельства			+		+
Сценоориентированная композиция					
Аллюзия					+
Ирония					
Имидж	+				
Конфликт типа «группа против группы»					
Конфликт типа «человек против человека»	+				

Сравнивая употребление всех приемов в эмоциональной публицистике двух журналов, можно отметить, что авторы в них используют различные приемы эмоционального воздействия. Как одним, так и другим авторам свойственно воздействовать на эмоции читателя с помощью отсылок к другим войнам и бедствиям, закрепившимся в исторической памяти. Излюбленный прием в журнале «Фокус» — воздействовать на эмоции читателя, опираясь на религиозную тематику.

Однако чаще всего журналисты обоих изданий прибегают к такому приему как мифологизация личности. При этом самым распространенным персонажем становится тип «наши знакомые». Авторы обоих журналов рисуют в своих статьях «святых», персонажей-правдоборцев. Украинским авторам свойственно также прибегать к приемам создания персонажа-злодея, в то время как в журнале «Русский репортер» чаще используются технологии создания образа героя. В украинском же журнале «Фокус» во всех проанализированных материалах прослеживается оппозиция «герой/враг». В большинстве случаев создание таких образов сопровождается использованием приема «наклеивания ярлыков». Украинские авторы выступают в данных материалах как авторы-пропагандисты, нередко вставляя в свои тексты лозунги наподобие таких: *«город удастся отстоять»* или *«И Краматорск, и Донбасс будут с Украиной»*. Таким образом, они поддерживают идею о необходимости борьбы до победного конца. Журналисты «Русского репортера» также не скрывают в текстах свое авторское «я», однако чаще выступают как персонажи написанных ими историй, позиция которых обнаруживается в активных действиях.

Стоит также обратить внимание на такую особенность функционирования авторского «я» в текстах «Русского репортера», при которой автором используются некоторые приемы эмоционального воздействия на читателя, а затем эти же приемы «разрушаются» с помощью авторской позиции. Такие случаи в таблице помечены знаком «+/-». Цели использования такого механизма могут быть разными. С одной стороны,

можно предположить, что автор таким образом хочет продемонстрировать разные позиции (допуская, например, прием «наклеивания ярлыков» в речи одного из действующих лиц конфликта), а затем утвердить свою собственную, снизив градус напряженности. С другой стороны, это может служить своеобразной уловкой: когда напрямую сказать о чем-то невозможно, спорный тезис вкладывается в уста персонажа, с которым затем автор не соглашается, чтобы тем самым обезопасить себя. Таким примером может служить эпизод в одном из текстов журнала «Фокус»:

— Ой, не надо только про русских военных. За вас вон тоже солдаты из других стран воюют, и негры в БТР разъезжают. Сам видел. Я же в Славянск ездил, когда тут "ДНР" была. Вozил и тех, и других. Видел негров и польских снайперов, и американских тоже. Зачем нам тут ваша Америка? У нас заводы, нам с Россией дружить надо.

Отдаю деньги и молча захлопываю дверь машины»¹.

Кроме этого, необходимо отметить, что цели использования приемов эмоционального воздействия авторами разных журналов отличаются. Об этом свидетельствуют и сами журналы. Так, в одном из репортажей «Русского репортера» позиция редакции выражена следующим образом: *«...хрупкое перемирие, установившееся на юго-востоке Украины, хоть и постоянно нарушается, но в целом соблюдается — стороны не используют взаимные провокации как повод для возобновления войны... «Русский репортер» продолжает действовать в русле «журналистской дипломатии». Мы просто показываем все ужасы войны с обеих сторон и лишь с одной целью — выгнать войну из наших собственных душ и сердец. Как только это произойдет, хрупкое перемирие станет железобетонным»².*

Редакция журнала «Фокус» четко не формулирует свою позицию, однако можно заметить, что текстам оттуда свойственна военная, национально-патриотическая риторика. Это и названия рубрик, например,

¹ Там же.

² Марина Ахмедова Спасти душу страны // Русский репортер 2014. 2 октября // <http://rusrep.ru/article/2014/10/02/spasti-dushu-stranyi/>

«Военная агрессия России», и наличие в текстах пафосного финала в духе «Победа будет за нами!».

Так, можно сделать вывод о том, что если журналисты «Русского репортера» используют эмоциональную публицистику, скорее, в миротворческих целях, то в «Фокусе» те же самые приемы служат побуждению читателей объединиться в борьбе с врагом.

Заключение

Как было заявлено в исследовании, с возникновением в обществе острых конфликтных ситуаций происходит обострение информационного противостояния и давления СМИ на общественное сознание. Это выражается и в так называемой «морально-психологической войне»¹, которая «имеет крен в сторону эмоционально-волевого воздействия на противника»². Такому воздействию служит эмотивный метод. Ему свойственно использование убеждающей медиаинформации, рассчитанной на эмоциональную сферу сознания читателей.

В ВКР рассмотрены основные жанровые системы, предложенные ведущими российскими авторами, и выявлено, что наиболее подходящей для эмоционального воздействия на читателя является группа жанров эмоциональной публицистики, особенности которой были сформулированы отечественными исследователями Т. Репковой и А. Колесниченко. В работе перечислены основные особенности, присущие жанрам эмоциональной публицистики, такие как субъективность, художественная образность, глубина авторского обобщения действительности, эмоциональная насыщенность текстов, типизация, авторская интерпретация и образная трактовка и многие другие.

Выявлено также, что для эмоционального давления на аудиторию посредством эмоциональной публицистики используется множество приемов. Это такие приемы как мифологизация личности, игра в простонародность, имиджи и стереотипы, прием «смысловых ножниц», «сияющее обобщение», селективная невнимательность, повторение, прием «наклеивания ярлыков», разные типы конфликта в журналистском произведении, создание образа героя и образа врага, композиционные средства, авторское «я» и другие. Для

¹ Лабуш Н. С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть 1. Продолжение политики средствами информационного насилия // Медиаскоп. Выпуск №2, 2015. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1738#23> (дата обращения: 13.04.2016).

² Там же.

реализации всех этих приемов журналистами используются средства выразительности русской речи: это лексические, фразеологические, морфологические, словообразовательные средства и стилистические фигуры.

Проанализировав употребление приемов эмоционального воздействия в текстах на страницах российского и украинского издания, авторы работы пришли к нескольким выводам.

Прежде всего, приемы эмоциональной публицистики активно используются как российскими, так и украинскими авторами. Однако цели использования таких приемов неодинаковы. Одни и те же приемы могут использоваться для решения различных задач. Такие задачи обусловлены внутренней политикой издания, а также степенью вовлеченности каждой стороны в конфликт. Так, если текстам «Русского репортера» свойственна позиция, обозначенная редакцией как «журналистская дипломатия», то тексты журнала «Фокус» преисполнены военно-патриотической риторики. Об этом свидетельствует и набор приемов, используемых разными сторонами. Так, например, авторы «Русского репортера» чаще всего рисуют в своих текстах «наших знакомых», простых людей, с которыми вступают во взаимодействие, используя авторское «я» действующее. Авторы же «Фокуса» чаще всего занимаются созданием образа героя и образа врага, противопоставляя их различными способами, в том числе и с помощью прямого выражения авторской позиции через призывы к победе и бодрости духа.

Важно также отметить, что в напряженные для истории отдельных народов и всего человечества периоды, примером которых являются события в Украине 2013-2016 годов, увеличивается количество журналистских материалов, призванных воздействовать на эмоциональную сферу человека. Доказательством этого может служить тот факт, что появляются авторы, которые специализируются на теме Украинского вопроса и из раза в раз остаются верны жанрам эмоциональной публицистики. Примером такого автора может служить Марина Ахмедова, корреспондент «Русского

репортера», которая свою профессиональную миссию обозначает так: *«своими текстами надо давать надежду, а она заключается в том, что на свете живет много добрых, хороших людей»*¹. Для тех, кто выбирает такой же путь, и существует эмоциональная публицистика, которая характеризуется тем, что в роли предмета выступает человек, который выходит на первый план, методом является описание людей в драматических ситуациях, а функцией является вызов эмоциональной реакции читателей.

¹ Facebook Марина Ахмедова // https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1004610076242034&id=100000791527440

Список литературы

1. Беневоленская Т.А. Композиция газетного очерка. Пособие по спецкурсу. М., 1975.
2. Бузаров А. Минский тупик: заморозка конфликта // РБК Украина 2016. 21 января // <https://www.rbc.ua/rus/opinion/minskiy-tupik-zamorozka-konflikta-1453714936.html>
3. Ворошилов В.В. Журналистика: учебник / В.В. Ворошилов. — 7-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2010. URL: http://lawbooks.news/jurnalistika_856_858/233-hudojestvenno-publitsisticheskie.html (дата обращения: 13.04.2016).
4. Громаков Дмитрий Украина: первая информационная война // 2015. 18 января // <http://allkharkov.ua/articles/state/ykraina-pervaia-informacionnaia-voina.html>
5. Дмитриев Л.А. Парадоксы художественного образа. М.: ИПК, 2002.
6. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.
7. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание URL: <http://www.evartist.narod.ru/text24/0004.htm> (дата обращения: 13.04.2016)
8. Карпов И.П. Словарь авторских терминов. Йошкар-Ола: Марийский гос. пед. ин-т, 2003.
9. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. URL: http://evartist.narod.ru/text/77.htm#_ftn25 (дата обращения: 13.04.2016)
10. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. М. 2013, Аспент пресс.
11. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. URL:

- <http://www.eartist.narod.ru/text28/0034.htm> (дата обращения: 13.04.2016).
12. Корконосенко С. Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000 г. URL: <http://eartist.narod.ru/text5/58.htm> (дата обращения: 13.04.2016).
 13. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров// Основы творческой деятельности журналиста. /Редактор-составитель С.Г. Корконосенко. СПб., Знание. 2000. URL: <http://eartist.narod.ru/text5/58.htm> (дата обращения: 13.04.2016).
 14. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт), Минск 1999. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text19/001.htm> (дата обращения: 13.04.2016).
 15. Лабуш Н. С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть 1. Продолжение политики средствами информационного насилия // Медиаскоп. Выпуск №2, 2015. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1738#23> (дата обращения: 13.04.2016).
 16. Лабуш Н.С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть II. Контур информационной войны современности // Медиаскоп. Выпуск №2. 2015 г. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1739> (дата обращения: 13.04.2016).
 17. Лавреневская А. С. Объективное и субъективное в очерке (к теории жанра). Автореф. канд. дисс. М., 1989.
 18. Левченко А.Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание: учебное пособие / А.Е. Левченко- М.:Пресс-Служба, 2005
 19. Липский А. Россия и Украина. Момент истины // Новая газета 2014. 16 апреля // <http://www.novayagazeta.ru/politics/63205.html>

20. Манойло А.В., Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта. — Киев: Материалы V Международной научно-практической конференции «Информационные технологии и безопасность», вып. №8, 2005 г.
21. Мельник Г. С. Mass media: психологические процессы и эффекты. — СПб: С.-Петерб. гос. ун-т, 1996.
22. Митта А. Н. Кино между раем и адом. 2014
23. Пельт В.Д. Дифференциация жанров газетной публицистики. М, 1984.
24. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. — Издательство «Лабиринт», М., 2001.
25. Скворцов С.. «Русская весна» на Юго-Востоке Украины, // РИА Новости—Украина. URL: <http://rian.com.ua/analytics/20140303/340429692.html> (дата обращения: 13.04.2016).
26. Соловьев В.И., Рябина Н.З. Редакторская подготовка периодических изданий. Центр дистанционного образования МГУП, 2001. URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/RedPodgotPeriodIzd/index.htm> (дата обращения: 13.04.2016).
27. Старуш М.И. Авторское «Я» в публицистическом произведении: Автореф. канд. дис. М., 1985.
28. Стилистика русского языка: учебник / М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. — М. : Флинта : Наука, 2008.
29. Стюфляева М.И. Человек в публицистике: (Методы и приемы изображения и исследования). Воронеж, 1989.
30. Таранина Ю. А. Особенности проявления манипулятивных технологий в системе журналистских жанров // Международный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». URL: <http://mic.org.ru/15-nomer-2015/530-osobennosti-proyavleniya-manipulyativnykh-tekhnologij-v-sisteme-zhurnalistских-zhanrov> (дата обращения: 13.04.2016)

31. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000 URL: <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 13.04.2016).
32. Шибаева Л. Жанры в теории и практике журналистики URL: <http://www.evartist.narod.ru/text3/82.htm> (дата обращения: 13.04.2016).
33. 10 дней, которые потрясли Украину // BBC Украина // 2014. 21 октября // http://www.bbc.com/ukrainian/ukraine_in_russian/2014/11/141121_ru_s_10_days_in_november_2013_21
34. В Екатеринбурге презентуют новое федеральное СМИ // Ura.ru 2007. 11 мая // <http://ura.ru/news/21135>
35. Вооруженный конфликт на востоке Украины // РИА-новости // http://ria.ru/tags/event_Vooruzhennyjj_konflikt_na_vostoke_Ukrainy_2014/
36. История конфликта на юго-востоке Украины // ТАСС // 2014. 1 ноября // <http://tass.ru/info/1547347>
37. Медиа-кит «Русского репортера» 2014 // http://www.mediator-rus.com/images/mediakits/2014/KIT_RR_2014_kontaktii.pdf
38. Медиа-кит журнала «Фокус» 2015 // <http://www.slideshare.net/chernyshvera/focus-presentation-for-partners-2014-rus>
39. Парламент Крыма принял декларацию о независимости // Lenta.ru 2014. 11 марта // <http://lenta.ru/news/2014/03/11/declare/>
40. Российские военные в Украине // Новое время // http://nv.ua/specials/rosiiskie_voennye_v_ukraine.html
41. Смена власти на Украине 22 февраля 2014 года // РИА-Новости 2015. 19 февраля // <http://ria.ru/spravka/20150219/1048590447.html>
42. Facebook Марина Ахмедова // https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1004610076242034&id=100000791527440

43. Zillmann, D. Empathy: Effect from bearing witness to the emotions of others, 1991.
44. White R. Misconceptions in Soviet and American Images // The New York Times. September, 5. 1961

Эмпирическая база

1. Ахмедова М. Майдан умеет ждать // Русский репортер 2014. 4 марта. // http://rusrep.ru/article/2014/03/04/maydan_umeet_jdat/
2. Ахмедова М. Спасти душу страны // Русский репортер 2014. 2 октября // <http://rusrep.ru/article/2014/10/02/spasti-dushu-stranyi/>
3. Ахмедова М. Когда дрожит дом // Русский репортер 2015. 3 сентября // <http://rusrep.ru/article/2015/09/03/kogda-drozhit-dom/>
4. Ахмедова М. Между Пушкиным и Шевченко // Русский репортер 2016. 28 апреля // http://www.rusrep.ru/article/2016/04/28/mezhdu_pushkinym/
5. Крюкова С., Коновалов А. Кто Москаль, тот не поймет // Русский репортер. 2013. 26 ноября // <http://rusrep.ru/article/2013/11/26/ukraine>
6. Лазорев В. Божье воинство // Фокус 2016. 8 апреля // <https://focus.ua/long/348498/>
7. Новицкая К. Как украинские активисты партизанят в тылу врага // Фокус 2014. 8 августа // <https://focus.ua/society/312050/>
8. Синяк Д. Что ждет Мариуполь, и готовы ли горожане его защищать // Фокус 2014. 11 ноября // <https://focus.ua/country/319411/>
9. Самсонова Ю. Меж двух властей. В какой стране хочет жить Краматорск // Фокус 2015. 17 февраля // <https://focus.ua/country/325008/>
10. Фионик Д., Савченко О. Что делают священники на Евромайдане // Фокус 2013. 16 декабря // <https://focus.ua/society/292543/>